VICERRECTORADO DE CALIDAD

RUCT	MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO
4315213	MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO

Universidad/es participantes	Centro
UCM	FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO Y FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA

Créditos	Doble grado/máster	Curso de implantación	Prácticas externas	Programas de movilidad
60	Master	2015-16	X (OPTATIVA)	---

ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA			
Verifica	Modificación Verifica	Seguimiento externo	Acreditación
2014	2019	2023	2024

CURSO 2024-25

OFICINA PARA LA CALIDAD

INDICE

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO 3
ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER 3
1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO 3
2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO 3
3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO 3
4. ANÁLSIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS 4
5. INDICADORES DE RESULTADO 4
6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN. 6
7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS 6
8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO. 6
9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA 8

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

URL: URL: http://www.ucm.es/consumocomercio

1. La página Web del Centro ofrece información sobre el Título que se considera suficiente y relevante para el estudiante (tanto para la elección de estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje) y garantiza la validez de la información pública disponible.

En ella, aparece una breve descripción básica del máster donde se encuentra su denominación, centros responsables, centro donde se ubica, créditos de impartición a tiempo completo y su posibilidad de realización a tiempo parcial, así como el idioma de impartición. En las demás, pestañas de la web se encontrará toda la información ampliada necesaria sobre el título para la sociedad, comunidad universitaria y estudiantes.

2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso

(https://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio).

La información actualizada y la estructura de la página será revisada para darle un formato más dinámico y homogéneo al de otros cursos de Máster de la UCM y resulta fácilmente accesible a través de cualquier buscador, página web de la UCM **(**https://www.ucm.es/ConsumoComercio) y, también, a través de las webs de la Facultad de Comercio y Turismo (https://comercioyturismo.ucm.es/master) y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (https://politicasysociologia.ucm.es/master).

Además, como se aprecia en estos enlaces, se tiene acceso directo a esta misma página tanto desde la página web de la Facultad de Comercio y Turismo (http://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio), como de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (https://politicasysociologia.ucm.es/estudios/masterconsumoycomercio), así como desde la propia página de la Universidad Complutense de Madrid (http://www.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio).

3. La información presentada se adecua a lo expresado en la memoria verificada del Título.

La información presentada recoge, amplía y actualiza la información contenida en la memoria verificada y, por lo tanto, se adecúa plenamente a lo expresado en la memoria verificada del Título. Además, compromete y garantiza desde el comienzo de la puesta en funcionamiento del curso sus contenidos y formato.

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER

1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

Los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en la memoria de verificación y concretamente respecto a la estructura (cómo se organiza) y funcionamiento (cómo opera en la práctica) del sistema de garantía de calidad (SGIC) del Título, tiene por objetivo garantizar la excelencia académica, la mejora continua y el cumplimiento de los objetivos formativos, alineados con estándares internos de la universidad Complutense de Madrid y externos (agencias de acreditación, normativas nacionales/europeas).
Los sistemas de garantía de calidad están compuestos por varios elementos: 1) Política y Objetivos de Calidad plasmados en el marco general que guía todas las actividades del sistema. 2) Manuales y Procedimientos que detallan las normas y prácticas a seguir. 3) Plan de Mejora anual con acciones concretas para mejorar aspectos del título. 4) Comisión de Calidad como órgano encargados de la gestión, seguimiento y revisión del sistema y 5) Indicadores de Calidad, es decir, métricas utilizadas para medir la eficacia de los procesos.

En relación al Sistema de Garantía Interno de Calidad de la facultad de comercio que también rige para los másters, está integrado por factores asociados a la calidad académica y a la eficiencia de la gestión administrativa: https://comercioyturismo.ucm.es/calidad.

- Política de Calidad
- Sistema de Garantía Interna de Calidad - SGIC
- Memoria de verificación
- Memorias anuales de seguimiento
- Resultado de los informes de acreditación y seguimiento
- Encuestas de satisfacción
- Sistema de quejas y reclamaciones
- Registro de Universidades, Centros y Títulos
- Mejoras implantadas en las titulaciones
- Proyectos de innovación docente y calidad de la Facultad
- Personal Académico
- Resultados de la encuesta de inserción laboral y satisfacción de los egresados
- Memorias de las actividades realizadas en la Facultad
- Resolución favorable para la renovación de la acreditación
- Principales indicadores de resultados

En esencia, es un sistema integrado, basado en la gestión por procesos y en evidencia verificable, que busca garantizar que el Máster cumpla con su propósito formativo de alto nivel y se adapte permanentemente a las nuevas tendencias formativas y de conocimiento, para mejorar la experiencia y los resultados de sus estudiantes, además de adquirir competencias relacionadas con la toma de decisiones en entornos de incertidumbre.

1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.

El máster tiene dos centros responsables que garantizan la marcha de los procedimientos de calidad, estructura y funcionamiento adecuado del máster. Las URL donde se detalla la información relativa al sistema de garantía de calidad de los centros son: https://comercioyturismo.ucm.es/calidad de la Facultad de Comercio y Turismo (Centro responsable) y https://politicasysociologia.ucm.es/comision-calidad de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Centro colaborador). Pero, dado que el Centro responsable es la Facultad de Comercio y Turismo, y en ella se imparte el Máster, es la encargada de garantizar la calidad de la marcha del mismo, cuyo seguimiento se lleva a cabo a través de la participación del coordinador/a como miembro con voz y voto en las reuniones de la Comisión de Calidad e invitado/a en la Junta de Facultad.

El Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Comercio y Turismo, aprobado por la Junta de Facultad el 21 de mayo de 2025, establece que la máxima responsable de la calidad de las titulaciones impartidas en el centro es la Comisión de Calidad. Se trata de una comisión independiente de la Junta de Facultad cuyo funcionamiento queda regulado por dicho reglamento, y está publicado en la web de la facultad en el siguiente link:

https://comercioyturismo.ucm.es/file/sgic-f-comercio-y-turismo-def-2-febrero-2017

La persona responsable de la Comisión de Calidad es la persona que delegue la Decana de la Facultad de Comercio y Turismo. Actualmente, la presidencia de la Comisión de Calidad la asume la Vicedecana de Estudios y Calidad en representación de la Decana de la Facultad.

La Comisión de Calidad es una comisión delegada de la Junta de Centro aprobada por dicha Junta, pero independiente de la misma y tiene como objetivo principal garantizar la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad. Está comisión funciona en base a un reglamento específico aprobado por la Junta de Centro.

La descripción de la organización y funcionamiento de la Comisión de Calidad, además de su reglamento de funcionamiento, se encuentran publicada y actualizada en la web de la Facultad de Comercio y Turismo:

https://comercioyturismo.ucm.es/file/breve-descripcion-de-la-organizacion-y-funciones-del-sgic

La composición de la Comisión de Calidad fue aprobada por Facultad de Comercio y Turismo, aprobado por la Junta de Facultad el 21 de mayo de 2025, y se encuentra publicada y actualizada en la web de la Facultad de Comercio y Turismo:

https://comercioyturismo.ucm.es/file/breve-descripcion-de-la-organizacion-y-funciones-del-sgic

La relación nominal de la Comisión de Calidad se encuentra publicada en la web de la Facultad:

https://comercioyturismo.ucm.es/file/sgic-f-comercio-y-turismo-def-2-febrero-2017. En ella, además, de los responsables de la comisión, aparecen las personas invitadas. La composición es la siguiente:

1. El/la vicedecano/a con competencias en materia de Calidad, como presidente/a y representado a las autoridades académicas.

2. Cuatro representantes de del profesorado con vinculación permanente.
3. Un/a representante del resto del personal docente e investigador.
4. Un/a representante del Personal Administrativo y de Servicios.
5. Dos representantes del Alumnado.
6. Coordinadores/as de Grado, Máster y Doctorado.

Se contará al menos con un agente externo a determinar con el siguiente perfil:

1. Un/a experto/a designado/a por las Agencias Autonómicas o Estatales de Evaluación
2. Un/a experto/a en evaluación de la calidad de otra universidad pública de España.
3. Un/a directivo/a de empresas de prestigio relacionadas con la actividad en la que se enmarca el título.

En esta relación nominal se puede constatar que el coordinador del Máster en Consumo y Comercio es miembro nato de dicha comisión.

Desde el primer año de implantación (2015-16) del Máster en Consumo y Comercio, la coordinación del máster ha estado representada hasta el día de hoy dentro de la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo. En la actualidad, la participación de los coordinadores de los programas de máster en la Facultad es como miembros natos de la Comisión de Calidad, lo que implica una mejora en la representación de la dirección del máster en la Comisión de Calidad lo que garantiza una gestión integral y transparente del programa.

La relevancia de este foro de encuentro e intercambio (opiniones, experiencias, valoraciones, propuestas y formas de seguimiento), se manifiesta en el hecho de que la Comisión establece los criterios de calidad, de seguimiento, de control y de proposición, en todas las titulaciones impartidas en la Facultad de “Comercio y Turismo”, incluyendo los masters.

Es más, legitima las decisiones al incorporar múltiples perspectivas (académicas, administrativas y de experiencia estudiantil), asegurando que los cambios reflejen las necesidades reales del programa. Fomenta la transparencia mediante la retroalimentación de docentes y estudiantes sobre docencia, recursos, procedimientos, estrategias y restricciones. También, promueve la mejora continua y facilita la detección ágil de incidencias y la implementación de acciones correctivas consensuadas, elevando la calidad académica y la satisfacción global.

1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.

En este reglamento se hace referencia a las sesiones, la adopción de acuerdos y los efectos de los acuerdos:

- Sesiones

- La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo se reunirá en sesiones ordinarias y extraordinarias. Se realizarán tres reuniones ordinarias al año. Una al comienzo del curso, otra a mitad del curso, y la última, al concluir el periodo de docencia presencial.
- La Comisión de Calidad se reunirá en sesiones extraordinarias por iniciativa de el/la Presidente/a o cuando así lo solicite un mínimo del 20% del total de miembros de pleno derecho. La convocatoria de estas sesiones se realizará con una antelación mínima de 48 horas y contendrá el orden

del día de la reunión. Por razones de urgencia, el/la Presidente/a, previo acuerdo de la Comisión, podrá convocar verbalmente una nueva reunión de la Comisión durante la celebración de una sesión, enviándose notificación urgente a los miembros no presentes

- Adopción de acuerdos

- Las decisiones se tomarán por acuerdo cualificado (2/3 de los votos) de los miembros de la Comisión por asentimiento o por votación pública a mano alzada, a propuesta de su Presidente/a. En todo caso, la propuesta de modificación del Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Calidad requerirá su aprobación por mayoría absoluta. En caso de empate, el Presidente/a dispondrá de voto de calidad
- Excepcionalmente, los acuerdos podrán adoptarse por votación secreta a petición de alguno de sus miembros. Siempre será secreta la votación referida a personas. Realizada una propuesta por el Presidente/a, se considerará aprobada por asentimiento si ningún miembro solicita la votación ni presenta objeción u oposición a la misma.
- Una vez anunciado el comienzo de una votación por el Presidente/a, ningún miembro podrá interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando.

- Efectos de los acuerdos

- Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad tendrán los efectos que les sean propios en función de su contenido y de lo establecido en la normativa vigente.
- Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad se comunicarán a los interesados, en su caso, para realizar los cambios y mejoras oportunas. Se informará en las siguientes reuniones sobre su nivel de avance o de cumplimiento. Se elevarán a la Junta de Facultad, para su ratificación, los acuerdos que corresponda en su ámbito de competencia, así como los que la Comisión decida dada su especial trascendencia.

En el Centro existe una Comisión de Ordenación Académica, cuyas funciones son relativas a la gestión corriente de la actividad académica. Las cuestiones relativas a las prácticas externas se canalizan a través de la Comisión de Prácticas Externas, responsable de su gestión.

Adicionalmente, cada máster dispone de su propia Comisión de Coordinación del Título (Ver apartado 2). Las funciones concretas que tiene la Comisión relativa a los masters conllevan el análisis de los resultados del mismo y el desarrollo de los canales de coordinación con el resto de órganos académicos involucrados en el funcionamiento y dinámica del título con el que adoptar acuerdos que competen al máster.

De la labor realizada por la Comisión de Calidad en relación con el máster se destaca, en el curso 2024-2025, el apoyo a la elaboración de Memorias de calidad internas (UCM), la documentación para la renovación de acreditación (Fundación Madri+d) y el acercamiento de la nueva normativa de TFMs en la UCM.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

A lo largo del curso 2024-2025 se han celebrado 3 reuniones de la Comisión de Calidad, cuyas fechas y contenidos se detallan a continuación:

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
8/10/2024	Informe: Estado de	La solicitud de modificación para la adscripción de los títulos al ámbito de conocimiento

	modificación no sustancial de títulos	correspondiente según el Real Decreto 822/2021 a "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo", ha sido aprobada por la Fundación Madri+d y ya se está volcando la información a la plataforma del RUCT.
	Informe: Informes definitivos de renovación de acreditación	Se presentaron alegaciones al informe provisional del Máster de Consumo y Comercio, que fueron aceptadas y todos los criterios han quedado valorados con B. En el caso del Máster de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos, únicamente se presentaron alegaciones en el Criterio 3 SIGC que fueron aceptadas y quedaron evaluadas con una B. No se presentaron alegaciones para el Criterio 1 pues las recomendaciones incluidas son aspectos que necesitan revisión y mejora: ajuste de guías docentes a memoria verifica y ajuste de la temporalidad de prácticas curriculares. Se realiza un balance de todas las recomendaciones recibidas en los informes de acreditación de todos los títulos y de las acciones de mejora.
	Memorias anuales de seguimiento de títulos de grado y máster oficiales	Se revisan las debilidades y fortalezas de los títulos. Se debaten las acciones de mejora. Se aprueban las memorias de seguimiento.
	Adaptación de directrices de TFG	Se revisan las directrices de TFG de la Facultad de Comercio y Turismo para su adaptación a la nueva normativa de TFG de la UCM. Se aprueba el documento y su elevación a Junta de Facultad.
18/02/2025	Informe: modificaciones y propuestas de nuevo título	Se ha aprobado en Junta de Facultad dos comisiones, una para desarrollar la modificación sustancial del Grado en Turismo y otra para estudiar la propuesta de un nuevo título de Grado en Comercio Internacional.
	Informe: oferta de plazas y grupos	Se ha debatido ampliamente en Junta de Facultad la oferta de plazas y grupos a proponer para el curso 25/26 en lo que respecta a Grado en Turismo y Doble Grado en Turismo y Comercio. Dicho debate ha sido motivado por la bajada de estudiantes que ha experimentado Grado en Turismo en los cursos 23/24 (158) y 24/25 (172), también se ha reducido la demanda en primera opción y dispone de una nota de corte de acceso de 5. Se ha acordado estudiar la viabilidad de reducir un grupo en Grado en Turismo y aumentar en Doble Grado en Turismo y Comercio, por lo que la oferta de plazas y grupos para grados todavía no se ha cerrado. Se han aprobado la oferta para máster sin variaciones respecto a años anteriores.
	Revisión y aprobación de modificaciones en el SIGC	Se ha realizado una propuesta de revisión por parte del Vicerrectorado de Calidad del documento de SIGC, principalmente en el apartado de reclamaciones, que sustituye dicha palabra por sugerencias y quejas para evitar confusión con las reclamaciones de procedimientos administrativos. La Comisión acuerda incorporar también otros cambios: integración de coordinadores de títulos oficiales como miembros con voz y voto. Se acuerda especificar en el documento que el procedimiento de quejas y sugerencias de estudiantes es gestionado por el Vicedecanato con competencias en Estudiantes.
	Estado de acciones	Se realiza una revisión de las acciones de mejora puestas en marcha para las recomendaciones

	de mejora de los títulos	recibidas en los informes de acreditación de los títulos oficiales. Se hace especial mención al caso de la acreditación de nivel de idioma para cursar asignaturas en inglés que ha repercutido en una bajada significativa de estudiantes matriculados en dichas asignaturas. Ante ello se han realizado reuniones y consultas con Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Vicerrectorado de Estudios para proponer acciones complementarias, como facilitar la matriculación a estudiantes que hayan superado las asignaturas de idioma inglés impartidas en nuestro centro, si bien estas acciones están sujetas al estudio de su viabilidad y todavía no se consideran para su aprobación.
22/07/2025	Informe: acuerdos Junta de Facultad	Se ha aprobado el Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Comercio y Turismo, antes de su entrada en vigor tiene que ser revisado y aprobado en Consejo de Gobierno. Oferta de plazas y grupos: tras evaluar la propuesta de viabilidad de reducir un grupo en Grado en Turismo e incrementar uno en Doble Grado en Turismo y Comercio se ha concluido que el cambio requiere una adaptación progresiva para no comprometer los recursos de infraestructura y de docentes, especialmente en un momento en que se está produciendo la adaptación del profesorado a la LOSU. Se ha acordado que para el curso 2025/26 se reducirá la oferta para Grado en Turismo a 180 estudiantes manteniendo los 4 grupos, mientras que para Doble Grado en Turismo y Comercio se incrementará a 60 estudiantes manteniendo 1 grupo.
	Informe: próximas modificaciones de memorias de títulos	Se informa que durante 2025/26 se iniciarán modificaciones no sustanciales para la adaptación de las memorias a la normativa TFG/TFM de la UCM. También se realizará una modificación sustancial de Grado en Turismo. Se indica a los coordinadores de los títulos que comuniquen cualquier otra necesidad de cambios que hayan podido detectar.
	Informe: seguimiento especial Grado en Turismo	Se indica que se han iniciado la preparación de documentación para el seguimiento especial de Grado en Turismo, cuyo plazo estará abierto hasta septiembre.
	Informe: actualización SIGC	Se informa que el documento actualizado del SIGC ya se encuentra publicado en la web del centro.
	Sistema de recogida de información para la realización de actividades	Se elabora y aprueba un Sistema de recogida de información para la realización de actividades de docencia, formación del profesorado, investigación y extensión universitaria. Los objetivos que se pretenden cubrir son: 1) evitar pérdida de información, 2) agilizar su recopilación para la elaboración de memorias y presentación de evidencias, 3) mejorar la visibilizar de las actividades (antes, durante y después de su desarrollo). La recogida de información se realizará mediante formulario habilitado en web.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Identificar las áreas de mejora y proponer planes de acción para elevar el nivel académico y la pertinencia de la oferta educativa, coordinando los aspectos relativos a la calidad y fomentando la mejora continua.	

2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO

Existen mecanismos de coordinación docente de carácter general, como se ha indicado anteriormente, tanto en cuestiones que son responsabilidad del Centro y/o funcionan a nivel Facultad -y por ello su trabajo y decisiones inciden también en el Título "Consumo y Comercio"- (servicios generales, organización de espacios y tiempos de actividad…) como en cuestiones propias de cada título pero que son responsabilidad compartida (estructura y funcionamiento, por ejemplo, de los trabajos fin de máster o las prácticas en empresa).

El Máster en Consumo y Comercio dispone de una Comisión de Coordinación, formada por el grupo de profesores que han venido trabajando durante todo el proceso de implantación del Título, desde la presentación y defensa de su propuesta hasta su aprobación y puesta en funcionamiento. Se organizó en un origen como "Comisión para el Diseño del Plan de Estudios del Máster Universitario Oficial en Consumo y Comercio", antes de su presentación, propuesta y votación en reunión de la Comisión Interdepartamental de formación del máster (puesto que comenzó su trabajo con anterioridad a la aprobación del propio Máster). La Comisión de Coordinación fue aprobada en primera reunión con Equipo Decanal y Equipo Docente del curso, celebrada (inmediatamente después de la aprobación del Máster) el día 3 de junio de 2015. Tras pasar por los procesos propositivos y de aceptación, durante el año académico 2021-22 dos de los componentes de la Comisión de Coordinación asumieron de forma conjunta el papel y las funciones de coordinador del Máster; a partir del curso 2022-23 lo volvería asumir sólo una persona por el cambio de normativa de la UCM y aunque el sistema se había mostrado efectivo. La Comisión de Coordinación está formado por:

- Juan Luis PEÑALOZA FIGUEROA, Coordinador
- María José DÍAZ SANTIAGO
- Adolfo HERNÁNDEZ ESTRADA
- Ana Isabel ROSADO CUBERO
- Albert GARCIA ARNAU

Desde la notificación de aprobación del Máster por el Administrador Verifica ANECA, en mayo de 2015, la Comisión de Coordinación mantiene reuniones recogidas en acta, para tener un seguimiento próximo de la marcha del Curso. En ellas abordamos desde asuntos relativos a protocolos de matrícula (facilitación de procesos de matrícula al alumnado y atención de posibles incidencias) hasta relaciones institucionales implicadas en la marcha del curso (con el propio Rectorado, con Instituciones públicas y privadas y Organizaciones intervinientes en consumo y comercio).

En relación con la interacción docente relativa a la coordinación vertical en el seno del propio máster se garantiza a partir del trabajo tanto de la figura del Coordinador/a del máster (con funciones asignadas en esta tarea) como de la Comisión de Coordinación -integrada actualmente por los cinco miembros del equipo docente nombrados. La coordinación horizontal es entendida como aquella que lleva al profesorado de las diferentes asignaturas a la interacción, mediante la realización de trabajos conjuntos, presentaciones y ponentes invitados. En ese sentido, se presenta como práctica inspiradora la colaboración entre el profesorado para favorecer el entendimiento por parte del alumnado de la coherencia curricular de las asignaturas del máster. Este proceso de coordinación vertical y horizontal cuenta con la figura del coordinador/a de asignatura y del trabajo del conjunto de la Comisión de Coordinación.

La Comisión de Coordinación tiene reuniones periódicas donde se abordan tareas de intercambio de información y toma de decisiones sobre contenidos, dinámica, evaluación, etc. entre las distintas Materias y Asignaturas del Máster. En estas reuniones también se habla sobre tareas exigidas, tiempos docentes, recursos o coordinación de carga de trabajo del alumnado, entre otros asuntos (algunos previstos, otros emergentes en la propia reunión o demanda de profesorado). Están previstas tres reuniones de equipo docente en cada año académico: al inicio (septiembre/octubre), entre primer y segundo semestres (enero/febrero) y al final de curso.

En el año académico del que estamos dando cuenta, 2024-25, se celebraron reuniones de Equipo Docente en las fechas recogidas en el cuadro. En dichas reuniones se informa y se consulta, entre otras cosas, sobre procesos de difusión y publicidad del máster y selección de los candidatos a las plazas del máster. En relación con este último aspecto, la Comisión de Coordinación está implicada y participa en la valoración y la selección de solicitudes (preinscripciones) para las plazas del máster ofertadas, También son motivo de debate y acuerdos todos aquellos asuntos relacionados con la docencia del curso académico en desarrollo -su funcionamiento, los emergentes e imprevistos, las adecuaciones exigidas, las incidencias- así como la asignación de responsables de la coordinación de las Prácticas externas y de los tutores de los Trabajos fin de Máster.

Como complemento a esta comunicación directa entre profesorado del Máster, se publica información relevante en la página web. La página electrónica del curso transmite noticias o convocatorias relativamente urgentes y/o puntuales, pero también contiene información más permanente del profesorado y de sus propuestas docentes (programas, fichas, información sobre protocolos, evaluación, contacto…).

En el curso 2024-2025, para continuar con la mejora en la coordinación entre el profesorado se mantiene abierto el espacio específico, en el Campus Virtual, para el PDI del máster, espacio en el que se cuelga el calendario de coordinación de pruebas al alumnado, las actas con los acuerdos adoptados. Esto es, se cuelga toda la información relevante en torno al máster que nos implica como profesorado (actos con los estudiantes, documentación de diferente índole, etc.), así como las personas invitadas que durante el curso asistirán al máster o en las diferentes asignaturas. Esta medida pretende reforzar el sistema implantado de coordinación que, como hemos dicho anteriormente, es un sistema que a lo largo de los últimos años hemos venido reflexionando sobre su efectividad y mejora continua.

Esta medida refuerza la fluidez de la comunicación entre el profesorado, además es una herramienta que sirve de repositorio con lo que se tiene un fácil acceso a la documentación y refuerza el conocimiento de la Comisión de Coordinación de lo tratado en otros órganos como, por ejemplo, la Comisión de Calidad. Esta última, como anteriormente se ha indicado, elabora, discute y diseña planes de mejora a partir de informes de seguimientos anuales del máster, en los que se detallan tanto los objetivos estratégicos del programa como aquellos aspectos detectados que son susceptibles de mejora, a través de información objetiva de diferentes áreas del máster.

Todas las asignaturas del título tienen un reconocimiento de 6 ECTS para los y las estudiantes (correspondientes a 45 horas de impartición por profesorado), lo que supone una distribución homogénea que responde a la ponderación de los contenidos y contrastada cuando se diseñó el Plan de Estudios (en lógica con sus objetivos y en consenso con los Departamentos implicados). Esta dedicación lectiva facilita, por una parte, un adecuado despliegue de contenidos contemplados en los programas docentes de las asignaturas y, por otra parte, una dinámica de interacción y participación

activa en clase. La implicación por parte del profesorado también se facilita cuando existe una continuidad en la asunción de responsabilidad docente en el Máster, sin embargo, cuando ha habido entrada de nuevo profesorado ha venido acompañada de compromiso y buena integración en el curso.

Un indicador de la implicación del profesorado en su participación en el Máster se puede ver en la fluida comunicación mantenida por la coordinación con un chat específico y reuniones periódicas a demanda, así como la comunicación de la coordinación con el resto de compañeros y compañeras del Equipo docente. En los claustros docentes, que como se indica son periódicas, dos son los asuntos tratados de forma hegemónica: el grupo de alumnos y alumnas, sus características, peculiaridades, necesidades y demandas; y la propia docencia, especificidades y complementos, programas e intercambios, lógica dialógica buscada en el Plan de Estudios y sus posibilidades de ejecución (como ejemplo, cuando existen referentes compartidos en distintas asignaturas: búsqueda de convergencias y complementos, debate sobre formas de abordaje, propuestas sobre posibles modificación y adecuación).

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
10 de octubre de 2024	1.- Aprobación del acta anterior 2.- Informe del Consejo Asesor: 3.- Nuevas incorporaciones en el Consejo Asesor del MOCC 3.- Estudiantes curso 2024-2025 4.- Cambios propuestos en las Directrices de TFM 5.- Presupuesto a octubre de 2024 y propuesta de gasto 6.- Modificación Plan de estudios MOCC. 7.- Ruegos y preguntas	1.- Aprobación del acta anterior. Aprobada. 2.- Informe del Consejo Asesor: - Nuevo profesorado: Clara Guilló y Albert García - Memorias Madri+d: evaluación positiva, alcanzando una B en todos los ítems valorados. - Memoria UCM: cumplimiento en todos los ítems que se evalúan. - Díptico MOCC. Nuevo. - Incidencias TFM septiembre: participación del profesorado que no pudo participar en junio con un gran número de estudiantes. - Matricula incidencias: muchos estudiantes evaluados; estudiantes chinos con certificado C1 o Grado español que al ser entrevistados no tenían habilidades lingüísticas suficientes en castellano o no se presentaron. 3.- Nuevas incorporaciones en el Consejo Asesor del MOCC. Bienvenida a Ana Rosado y Albert García. 3.- Estudiantes curso 2024-2025. Se presentan los perfiles que tienen, la mayoría de ADE y Comercio, algunas personas con el grado de Sociología y estudiantes chinos con Grado en turismo. 4.- Cambios propuestos en las Directrices de TFM. Se proponen tres tipos de formatos relacionados con la presentación e indización del TFM, recogiendo a las

		diferentes disciplinas que componen el máster. 5.- Presupuesto a octubre de 2024 y propuesta de gasto. Aprobado el gasto y el uso en traer personas invitadas que complemente al máster. 6.- Modificación Plan de estudios MOCC. Se explica la incursión de ISDE y, por ello, se propone valorar si es necesario o no hacer una modificación sustancial o no del título. Se propone ver si es posible que la modificación no sea sustancial para eliminar peligros, pero si es necesario hacerlo. Se propone para el próximo claustro llevar una propuesta. 7.- Ruegos y preguntas. No existen. Se cierra la reunión.
30 de enero de 2025	1.- Aprobación del acta anterior 2.- Informe del Consejo Asesor 3.- Información sobre los estudiantes primer cuatrimestre curso 2024-2025 4.- Propuesta final trabajos TFMs y nuevo cambio propuesto para las Directrices de TFM 5.- Situación económica del máster 6.- Modificación Plan de estudios MOCC 7.- Cambio en la Coordinación del máster 8.- Ruegos y preguntas	La coordinadora informa del desarrollo e incidencias del curso, poco destacables, y de las felicitaciones de la decana tras realizar los resultados de las memorias de Madri+d y UCM que fueron muy positivas. - Informa del desarrollo del grupo y de cómo estos están haciendo grupo en clase. Los y las estudiantes de este curso no hicieron un grupo tan fuerte como el año anterior, aunque si se comunicaron con la estudiante del curso 2023-24 que les habló en un seminario sobre las oportunidades del máster. No obstante, es un grupo muy participativo y las estudiantes chinas son muy colaborativas como se vio en el acto colaborativo del mes de diciembre. - Por último, esbozó algunas cuestiones que se desarrollan en puntos posteriores y que van a ser importantes para el curso siguiente y la finalización de este: aniversario del máster, directrices del TFM . - La coordinación y profesorado del primer cuatrimestre informan que los y las estudiantes tienen la misma diversidad que otros años, en cuanto a los países de origen, profesiones, disciplinas de origen siempre con relación a la memoria verifica, etc. Se habla de la implicación del delegado Darío Rubio y de algunos estudiantes con el máster. - Se produjo una discusión sobre cómo cada disciplina veía la inclusión de la metodología en los TFMs y se acordó en generar unas directrices que representen todas las casuísticas de las disciplinas que participan

		en el máster: derecho, economía y sociología. Ver anexo I. - Se informa que todos los gastos del máster se han dirigidos al pago de los y las ponentes (12 ponentes). Aunque, algunos lo hicieron de forma gratuita. Los invitados han participado en los diferentes seminarios y clases. Gastando todo el ejercicio 2024. - Se acuerda comenzar las modificaciones el próximo año, tras revisar el borrador del cuadro adjunto y la aprobación del claustro. El próximo curso, el coordinador se podrá de acuerdo con la vicedecana Yolanda Romero para preparar los cambios en la memoria verifica. Ver anexo II. - Se propone al profesor Juan Luis Peñaloza. La coordinadora agradece su aceptación y habla de su compromiso con el máster y conocimientos del mismo. - El profesor Adolfo Hernández pide en nombre del claustro que aparezca en acta el agradecimiento a la profesora María José Díaz por su trabajo en el máster y la enhorabuena por su cargo como directora en el departamento de Sociología Aplicada. También, pide que aparezca en acta, que el claustro da la bienvenida y agradece la aceptación de la coordinación al profesor Juan Luis Peñaloza.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
- Buen funcionamiento de comisión de coordinación y de implicación de miembros del equipo docente. - Buena respuesta y adaptabilidad del nuevo profesorado incorporado al Equipo docente.	

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

Durante el año académico 2024-25, la recogida de la información procedente del Sistema Integrado de Datos Institucionales (SIDI) –del Centro de Inteligencia Institucional (CII)- cuya herramienta es fundamental para el soporte a la planificación estratégica de la UCM, el master ha estado compuesto por un equipo de 17 profesores y profesoras. Entre este profesorado, y considerando sus categorías de contrato, el 64,7% es personal docente permanente (94,1% en carrera académica). Actualmente, el 100 por 100 del profesorado que imparte asignaturas en el máster cuenta con el título de doctor, es decir, incluido el profesorado asociado, y un total de 16 sexenios. La asignatura optativa de Prácticas es asignada a varios profesores. La situación laboral de este profesorado deriva en la siguiente distribución por categoría de contrato:

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	1	5,9%	4,05	7,7%	0
Ayudante Doctor	5	29,4%	14,70	28,0%	1
Contratado Doctor	5	29,4%	11,20	21,3%	4
Titular de Universidad	5	29,4%	18,05	34,4%	11
Catedrático de Escuela Universitaria	1	5,9%	4,50	8,6%	0

Durante el curso 2024-25, el profesorado del máster se ha podido formar participando en las numerosas conferencias que se han dado dentro del máster por diferentes personas expertas y que han sido informadas a través del Campus Virtual específico del profesorado del máster, la asistencia a Congresos de su disciplina (FES Sevilla julio 2024; Insingt Analitics mayo 2024, etc), la formación permanente del PDI de la UCM y, sobre todo, formación específica del centro donde la facultad mantuvo el Plan de Formación integral del PDI a través de la oferta de cursos y del Aula Permanente. En ese sentido, de manera complementaria, la Facultad de Comercio y Turismo ha organizado una serie de seminarios dirigidos a PDI y doctorandos, con un enfoque en mejorar las competencias docentes en Ciencias Sociales mediante el uso de tecnologías y análisis de datos.

Los seminarios ofrecidos incluyen diversos temas relacionados con el contenido del máster:

Nombre del Seminario	Destinatarios	Duración	Fecha de realización	Nº Participantes
Rol de los modelos estadísticos en la investigación del consumo y el comercio	Estudiantes del Máster	2 horas	11 Abril de 2025	25
La protección del consumidor frente a las prácticas comerciales desleales"	Estudiantes del Máster	2 horas	09 de diciembre de 2024	24
The fishing profession in québec: structure, origins and development of a “typically male” sector	Estudiantes del Máster (Encuentro)	17:00 a 20:00 hs	29 de noviembre de 2024	20
Visión global de la comercialización del vino	Estudiantes del Máster	19:00 a 21:00 hs.	26 noviembre de 2024	24
Market research	Estudiantes del Máster	2 horas	12 de noviembre de 2024	25
Las cadenas globales de	Estudiantes del	2 horas	29 de octubre de	22

producción automovilística: el caso del grupo stellantis	Máster		2024	
La investigación empresarial es fuente de innovación, va más allá de los países y es, por ello, que es necesario reflexionar sobre su importancia en el contexto actual.	Estudiantes del Máster	2 horas	05 de octubre de 2024	25

El promedio de asistencia a estos seminarios fue de 24 participantes, lo que refleja una buena acogida y participación del profesorado en las actividades formativas. Por otro lado, hay que destacar que uno de los docentes forma parte del profesorado del máster, Juan Luis Peñaloza, en uno de los seminarios con mejor acogida y que forma parte de los expertos que integran el máster.

Finalmente, al evaluar los indicadores relacionados con el programa Docentia-UCM (ver tabla a continuación) de los profesores del Máster, se subraya la importancia de este programa en la formación y evaluación docente. Docentia-UCM evalúa la actividad docente individual de cada profesor a través de un modelo integrado que contempla cuatro dimensiones fundamentales: planificación y organización, desarrollo, resultados, y procesos de reflexión y mejora. Estas dimensiones buscan no solo evaluar la actividad docente actual, sino también promover la continua actualización y excelencia en la enseñanza.

	1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación 2020/2021	2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación 2021/2022	3º curso de seguimiento 2º curso de acreditación 2022/2023	4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación 2023/2024	5º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación 2024/2025
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	81,3	83,3	74,3	100	93,8
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	75	100	100	80	80
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	33,3	100	93,3	100	100

En el Programa Docentia-UCM, el profesorado se evalúa cada 3 años. Durante estos tres años el profesorado participa en el Plan Anual de Encuestas (PAE) siendo el tercer año cuando se obtiene una evaluación global de la actividad docente solicitada por lo que en el curso 24-25. La participación de

las y los estudiantes del máster en la PAE ha sido significativa (93,8%). El porcentaje de profesores evaluados en el tercer año han sido 4 de los cuales han obtenido los resultados siguientes: muy positiva 2, excelente 1 y positiva 1.
También, es necesario destacar que el profesorado del máster participa en Proyectos de Innova-Docente. En este sentido, señalamos la continuidad de uno de ellos en el que participan varios profesores y profesoras del máster y cuya temática está relacionada con nuevas metodologías de investigación social concernientes al trabajo, consumo y cadenas globales, el género, así como la mejora en la realización de Trabajos Fin de Máster (TFM) o Títulos, presentación del TFM, etc. Por otro lado, es necesario destacar que en el periodo 24-25 fue suspendida la convocatoria de proyectos de innovación-docente por razones presupuestarias. Las personas IP del máster, número de profesorado participante del máster y títulos en 2023/2025 de los proyectos de innovación-docente se explicitan a continúan:

Nº	TÍTULO	PROFESOR/A	RESPONSABLE	TIPO	CENTRO	RAMA
287	INSOCTEA VII. Metodologías Avanzadas Sobre Investigación Social Del Trabajo, Género Y Cadenas Globales Para La Docencia En Sociología Del Trabajo Y La Economía Crítica A Través Del Teatro Social (Teatro Foro). Proceso De Internacionalización I	Antonio Ramírez Melgarejo, María José Díaz Santiago	María José Díaz Santiago	Innovación-Docencia	Facultad De CCEE Y Empresariales	Ciencias Sociales y Jurídicas
341	Antropología Para El Cambio [Eco] Social. Proyecto De Innovación Docente De Transversalización Teórica-Técnica Sobre Ecología Y Relaciones Hmano-Ambientales	Raúl Travé Molero	David Berná Serna	Innovación-Docencia	Facultad De Ciencias Políticas Y Sociología	Ciencias Sociales y Jurídicas
373	BIG-DATA En Educación Vii: Integración E Impacto De La Literacidad Tecnológica En El Mundo Académico Universitario: Indicadores Del Grado De Integración De Las Tics En La Huella Académica De Profesores Y Alumnos De La UCM y UAM.	Juan Luis Peñaloza Figueroa, Adolfo Hernández, Ana Rosado	Juan Luis Peñaloza Figueroa	Innovación-Docencia	Facultad De Comercio Y Turismo	Ciencias Sociales y Jurídicas

Por último, es necesario mencionar que algunos profesores y profesoras participan, también, en otros programas de Innovación Docente en otras universidades como la Universidad de Valencia (2 profesoras) y la UNED (1 profesora).
Las fortalezas más comunes del equipo docente del máster en Consumo y Comercio incluyen el dominio de la materia, la pasión por enseñar, la capacidad de comunicación, la empatía y el compromiso con el aprendizaje del estudiante. Las debilidades pueden ser la falta de experiencia, la dificultad en la gestión del tiempo y del grupo, la falta de actualización en metodologías innovadoras, problemas en la comunicación o en la adaptación a las necesidades de cada estudiante

FORTALEZAS	DEBILIDADES
♦ Elevada cualificación y experiencia académica y profesional del profesorado. ♦ Profundo conocimiento y adecuada especialización del profesorado de las distintas áreas de conocimiento que forman parte del plan de estudios del master ♦ Elevada capacidad para la innovación docente ♦ Elevada calidad tutorial de los profesores para facilitar la investigación. ♦ Interdisciplinariedad. Profesionalidad y experiencia ♦ Nivel de satisfacción manifestado ♦ Rejuvenecimiento del PDI con mayor formación en NT e internacionalización	♦ Dificultad en la gestión del tiempo ♦ Lo limitado de la adaptación a las necesidades específicas de cada estudiante

4. **ANÁLSIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS**

Un sistema de quejas y sugerencias de estudiantes permite a los estudiantes expresar sus problemas y opiniones para que sean escuchados y respondidos por la institución universitaria, fomentando así la mejora continua de los servicios y la experiencia de aprendizaje. Su funcionamiento implica canales de recepción (escritos, buzones, plataformas digitales), el registro y la investigación de las quejas, la búsqueda de soluciones y una comunicación de la resolución al estudiante. Un análisis efectivo de este sistema requiere identificar áreas de mejora, recopilar datos sobre la tipología de las quejas y evaluar la satisfacción con la resolución

En la Facultad de Comercio y Turismo y los másters anidados en ella existen varios canales de comunicación de las quejas y sugerencias, mediante los que el alumnado puede comunicar preguntas, quejas, sugerencias, reclamaciones; apuntamos los que con carácter más próximo y accesible han sido previstos y estuvieron habilitados durante el año académico 2024-2025:

- Reclamaciones por escrito presentadas en la secretaría de alumnos. Este tipo de reclamaciones se cursan y resuelven desde el Vicedecanato de Estudiantes. No se han formalizado durante el curso pasado reclamaciones en este ámbito que afecten al máster.

- Reclamaciones por vía electrónica: web del Centro o web del Máster. La página electrónica del Máster en Consumo y Comercio sitúa en lugar visible y destacado el espacio destinado a este apartado, buscando facilitar al máximo la tramitación de cualquier tipo de sugerencia, queja, consulta o reclamación que quieran transmitir.
- Es evidente que en general los y las alumnas son poco propensas a utilizar los cauces formales para plantear quejas y reclamaciones. No puede sorprender ese distanciamiento si se considera el contexto cultural general de escasa participación por vías formalizadas, lo que no significa necesariamente no participación.
- Lo habitual es que las quejas, dudas, sugerencias… se produzcan de manera verbal o por correo electrónico (preferentemente a quien es reconocido como coordinador, pero también a otros/as profesores si el asunto está relacionado con asignaturas concretas).
- Reclamaciones presentadas verbalmente o por email a la coordinación del master. Ésta es una vía que generalmente se considera más próxima y suele ser más utilizada. Durante el año académico 2024-2025 se estableció comunicación fluida con la coordinación del curso y se fueron transmitiendo las preguntas, demandas o propuestas que puntualmente fueron emergiendo, por ejemplo en torno a protocolos administrativos, posibilidades de cambios o ajustes de matrícula o, cuando llegó el momento, de dificultades de interpretación de protocolos para la realización de TFMs (en relación a la calidad final del mismo o los tiempos de entrega a lo largo del proceso y concentración de la carga final).

Estos formatos de planteamiento y, en su caso, resolución de problemas no generan documento físico en que quede constancia y no lo problematizamos: sabemos que son canales ricos en comunicación y facilitadores de búsqueda de soluciones y expresión de alternativas.

La coordinación del curso anima al alumnado a manifestar sus opiniones y propuestas considerando los múltiples posibles canales y formatos; intentamos animar a su formalización ante denuncias o quejas trascendentes si las hubiera.

Según información disponible en el Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria de la Facultad de Comercio y Turismo, durante el curso 2024/2025, no hay ninguna incidencia en relación al máster o interpuesta por alumnado del máster.

Si hubiera incidencias serían resueltas mediante contestación y/o acciones por parte del organismo competente para su resolución. En unos casos, desde la Facultad y la coordinación del máster se ha realizado una labor de investigación, seguimiento y mediación.

No se registraron quejas a través de los canales formales.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
♦ Pluralidad de canales, ♦ Facilidad de acceso, ♦ Atención personalizada ♦ Respuesta fluida y en tiempo de las incidencias y reclamaciones por parte de la facultad y el máster	

5. INDICADORES DE RESULTADO

5.1 Indicadores académicos y análisis de estos

INDICADORES DE RESULTADOS

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid	3º curso de acreditación **2020 / 2021**	4º curso de acreditación **2021 /2022**	Curso autoinforme acreditación **2022 /2023**	1º curso de acreditación **2023 /2024**	1º curso de acreditación **2024/2025**
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	40	40	40	40	40
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	13	25	26	30	29
ICM-3 Porcentaje de cobertura	32,5%	62,5%	65%	75,00%	72,50%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	92,14	95,98	96,62%	97,66%	92,08%
ICM-5 Tasa de abandono del título	19,05	7,69	Cohorte de entrada 2021-22 4,0%	Cohorte de entrada 2022-23 15,38%	Cohorte de entrada 2023-24 0%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	88,44	99,01	97,96%	97,32%	99,14%
ICM-8 Tasa de graduación	93,33	88,89	Cohorte de entrada 2021-22 94,74%	Cohorte de entrada 2022-23 90,00%	Cohorte de entrada 2023-24 100%
IUCM-1 Tasa de éxito	98,47	100	99,61%	100%	100%
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	475	442,5	537,50%	457,50%	322,5%
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	93,57	95,98	96,99%	97,66%	92,08%

ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

En consonancia con la Memoria de Verificación, el número de plazas de nuevo ingreso ofertadas se estableció en 40 para este Máster de 60 créditos ECTS (Plan 2015). Es una cifra que se sigue considerando adecuada, como límite máximo de conformación del grupo para la docencia en el Máster y por ello no se contemplan modificaciones.

ICM2-Matrícula de nuevo ingreso

Una vez superada la incidencia de la pandemia se ha recuperado número de matrículas superando el número cada año académico. La previsión establecida de "incremento de recuperación" en el período 2023-2024 ha sido superada en los periodos académicos 2024-2025 (29) y 2025-2026 (38).

ICM-3 Porcentaje de cobertura

En obvia vinculación con lo dicho en el comentario anterior, el indicador de cobertura de plazas se está recuperando de forma significativa en el último periodo académico, habiendo alcanzado en el período 2023-2024 el 75%, cifra que ha disminuido ligeramente en el período 2024-2025 (72,50%).

ICM-4 Tasa Rendimiento del título

La Tasa de Rendimiento del título a alcanzado un porcentaje promedio del 92,08%. Valor que consideramos significativo y muy positivo; el pequeño porcentaje de quienes no superan la totalidad de créditos ordinarios en relación a los matriculados se puede explicar por situaciones específicas, tales como las dificultades en el seguimiento de algunas asignaturas con máximo aprovechamiento para algunos estudiantes, como son la compatibilidad de estudios y empleo.

ICM-5 Tasa de Abandono del máster

Este año la tasa de abandono del máster es nula (0%). Hasta ahora, en las cinco promociones de trayectoria de este máster, no se ha alcanzado el 10% previsto en la memoria de verificación, con excepción del curso académico en el periodo de pandemia 2019/2020.

ICM-7 Tasa Eficiencia de los egresados

La Tasa de Eficiencia de nuestros egresados ha sido en el año académico (2024-25) del 99,14%, subida de aproximadamente de 2 puntos porcentuales respecto del curso académico anterior que fue del 97,32%; recordemos que en la memoria de acreditación se planteaba una previsión del 80% en este indicador.

ICM-8 Tasa Graduación

La tasa de Graduación obtenida durante el año académico 2024-25 fue del 100%, a diferencia del período 2023-2024 que fue del 90%. Mostrando una subida del 10% en términos comparativos entre los dos últimos periodos académicos.

IUCM-1 Tasa de éxito

La tasa de éxito es significativamente muy alta 100%, continuando así con la tendencia al alza del periodo anterior. Cabe pensar que detrás de este excelente resultado está la evaluación continua, la consideración de prácticas y trabajos de preparación en las diferentes asignaturas durante el curso académico motivo de este informe y el seguimiento de las y los estudiantes por parte del profesorado implicado.

IUCM-5 Tasa de demanda del Máster

La tasa de demanda del periodo 2024-2025 alcanzó la cifra 322,5%. Si bien esta cifra fue menor que la del periodo anterior. Ésta cifra refuerza la decisión, ya comentada y exitosamente ejecutada, de acometer un abordaje de difusión con alternativas realistas de intervención (considerando recursos disponibles); tarea que se planteó de forma conjunta con el Decanato de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el título

IUCM-16 Tasa de evaluación del título

Esta tasa se ha reducido ligeramente respecto al año anterior, pero sigue siendo levemente baja respecto a la tasa de éxito, lo que apunta al realismo de las y los estudiantes a la hora de presentarse, o no hacerlo, en las convocatorias matriculadas, en función de su expectativa de superación.

Como puede observarse en la tabla –y se ha visto en indicador anterior de tasa de éxito-, los resultados son muy positivos en la totalidad de asignaturas. Hay estudiantes que deciden aplazar su presentación-defensa del Trabajo de Fin de Máster para la extraordinaria de septiembre y, algunos, incluso a la de febrero (ya en nuevo año académico). Sin embargo, no consideramos negativo una decisión como ésta, que habla más bien del nivel de responsabilidad en la tarea de quienes han tenido unas circunstancias que han justificado esta decisión: la mayoría espera presentarlo en la convocatoria extraordinaria de septiembre para centrarse en la reflexión analística y escritura final o en febrero por cuestiones profesionales.

ICMRA-2. Indicadores de resultados

ICMRA-2: Resultados en las Asignaturas
Curso Académico: 2024-25
Centro: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
Plan de Estudios: MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO (064Q)

Asignatura	Carácter	Matriculados	1ª matricula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS DECISIONES DE CONSUMO	OPTATIVA	16	16	0	93,75%	100,00%	6,25%	93,75%	1	0	0	8	6	1
COMERCIO Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN	OBLIGATORIA	30	30	0	96,67%	100,00%	3,33%	96,67%	1	0	3	19	7	0
CONSUMO DIGITAL:OFERENTES Y PROSUMIDORES	OPTATIVA	20	20	0	95,00%	100,00%	5,00%	95,00%	1	0	2	16	1	0
DERECHO DE CONSUMO Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	30	30	0	96,67%	100,00%	3,33%	96,67%	1	0	2	15	12	0
LA CADENA DE VALOR Y NUEVAS FÓRMULAS	OBLIGATORIA	30	30	0	96,67%	100,00%	3,33%	96,67%	1	0	14	8	6	1

EMPRESARIALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL														
LOS PERFILES DEL CONSUMIDOR:ESTILOS DE VIDA Y PROCESOS PSICOSOCIALES	OBLIGATORIA	29	29	0	96,55%	100,00%	3,45%	96,55%	1	0	1	15	12	0
MODALIDADES Y PRÁCTICAS DEL CONSUMO TURÍSTICO	OPTATIVA	14	14	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	12	1	0
MODELOS DE CONSUMO Y DESARROLLO COMERCIAL:EVOLUCIÓN SOCIO-HISTÓRICA	OBLIGATORIA	30	30	0	96,67%	100,00%	3,33%	96,67%	1	0	19	10	0	0
PRÁCTICAS	OPTATIVA	10	10	0	60,00%	100,00%	40,00%	60,00%	4	0	0	0	6	0
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD CIVIL DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	29	29	0	96,55%	100,00%	3,45%	96,55%	1	0	2	18	8	0
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE CONSUMO	OBLIGATORIA	30	30	0	96,67%	100,00%	3,33%	96,67%	1	0	1	16	11	1
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	35	31	4	68,57%	100,00%	31,43%	70,97%	11	0	7	13	4	0

Los datos del indicador de resultados (ICMRA-2) muestran que la tasa de aprobados respecto a los presentados, en todas las asignaturas impartidas en el máster, es del 100%, lo que implica que todos estudiantes (participantes presenciales) del máster han mostrado un buen desempeño académico. Un análisis desagregado de estos resultados, muestra que la calificación más común es la de “notable, en la mayoría de las asignaturas, con excepción de las asignaturas de “Cadena de valor y nuevas fórmulas empresariales de distribución comercial y modelos de consumo” y “Desarrollo comercial: evolución socio-histórica” en los que predomina el aprobado.

También observamos que el número medio de matriculados por asignaturas obligatorias es de 29 estudiantes, mientras que en las optativas el número de matriculados es más heterogénea (16, 20, 14). En el caso de las prácticas curriculares se observa un porcentaje del 60% en el indicador de aprobados sobre matriculados, este resultado se explica por el cambio de asignatura de los estudiantes motivados por la firma de contratos indefinidos con las empresas y no de prácticas.

Por otro lado, observamos que el indicador de aprobados sobre matriculados presenta un porcentaje muy elevado (95%), lo que es un indicador del grado de aprendizaje y asimilación de los conocimientos impartidos, y la validación de las técnicas didácticas d enseñanza-aprendizaje aplicadas en el master.

Por último, observamos que el indicador de "presentados sobre matriculados" de los TFM representa el 68%. Hecho que se explica por la existencia de dos convocatorias una en junio y otra en septiembre. A esta última, se han presentado 6 TFMs con los siguientes resultados: 2 sobresalientes, 2 notables y 2 aprobados. Estos resultados refuerzan nuestras conclusiones de los párrafos anteriores.

A continuación, presentamos un resumen de las fortalezas y debilidades de los resultados del máster

FORTALEZAS	DEBILIDADES
▪ Se consolidan las asignaturas metodológicas ▪ Se amplía las matrículas en primera opción ▪ Se consolida el número de estudiantes con NT ▪ Se incrementa el número de estudiantes con SS ▪ Se consolidad el número de estudiantes presentados	▪ Limitada consolidación de las prácticas curriculares ▪ Limitación cohesión de los estudiantes como grupo

5.2 Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal técnico, de gestión y de administración y servicios y agentes externos).

	3º curso de acreditación 2020 / 2021	4º curso de acreditación 2021 /2022	Curso autoinforme acreditación 2022 /2023	1º curso de acreditación 2023 /2024	2º Curso de Acreditación 2024/2025
IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	8	6,5	4,7	3,5	7,6
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	9	9	8,4	7,6	8
IUCM-15 Satisfacción del PTGAS del Centro	6,5	6,3	8,8	7	7

La participación en las encuestas de satisfacción si bien es mejorable, en este curso cuenta con una participación del 40%, respecto del total de estudiantes matriculados. La incorporación de acciones de mejora con técnicas cualitativas señaladas en la memoria anterior (reunión de motivación con los estudiantes para explicar la relevancia de participar en las encuestas) ha dado sus frutos en este curso reflejado en el incremento de su participación

en las encuestas. A ello, se suma el hecho de que un grupo de estudiantes de este curso ha sido entrevistado por la Agencia de Evaluación externa Madri+d, con una evaluación muy positiva.
En relación a la satisfacción de los estudiantes con la titulación destacamos que el nivel de satisfacción alcanzado fue del 7,6 en promedio para este curso, un valor significativo (cv < 1), que supone un salto importante el grado de satisfacción de los estudiantes en comparación de los últimos cursos. También observamos que respecto al "desarrollo académico" el valor promedio se mantiene por encima de 7,5. Mientras que la media de la formación recibida y matriculación aumenta ligeramente a un valor medio de 8,1, respecto al curso anterior. En relación a la satisfacción con la UCM la cifra es del 8,4, al igual que el sentimiento de pertenencia a la UCM (8,7). Si ampliamos el análisis para considerar el grado de compromiso de los estudiantes con el máster en el curso 2024-2025, observamos que todos los factores incluidos en este indicador supera con creces la cifra de. 7/10, en particular, remarcamos el factor "recomendar la titulación" y/o "recomendar la UCM" que alcanzan la cifras de 7,1 y 8,6, respectivamente, así como también en las prácticas externas cuyo promedio de satisfacción supera el valor 7/10.
En síntesis, las y los estudiantes del master mostraron una elevada satisfacción con la titulación (7,6) y la UCM (8,4). Valores que se mantiene en la tendencia general de satisfacción con el máster en Consumo y Comercio.
La participación del PDI, que realmente imparte docencia en el máster (14 de los 17 que aparecen en SIDI), ha sido muy pobre en este curso académico (4 participantes). La valoración del profesorado del master, pese a no ser representativo, en líneas generales sigue siendo alta (8), pero baja en relación a la satisfacción con la UCM (4,8). Sin embargo, el aprovechamiento de las clases por los estudiantes se incrementa significativamente (8,5) en relación al curso académico anterior; de manera similar, el aprovechamiento de las tutorías por los estudiantes también muestra una mejora significativa (7,5), al igual que la gestión de la titulación de los procedimientos comunes (8,7) en relación al periodo anterior. El general, podemos destacar que las valoraciones del resto rubros alcanzan valores significativos, superando el notable.
Por último, en relación con el PAS, también, los datos muestran una participación mejorable: 5 de 32, representando el 15,6% de la población del PAS. No obstante, los datos muestran que el grado de satisfacción con el trabajo relacionado con el máster alcana una valoración media de (7,0). Respecto al indicador de compromiso del PAS con la UCM alcanza la cifra de 7,6, cifra que supone una mejora respecto al periodo anterior. De manera similar, el valor promedio de la satisfacción del PAS con la UCM también alcanza cifras elevadas (8,8). En este punto debemos destacar que, en relación a la gestión y organización del trabajo del PAS, se constata un abanico de valores que van de 6 a 9.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
▪ Estudiantes satisfechos e identificados con el master y la UCM ▪ PDI y PAS comprometidos y satisfecho	▪ Representatividad mejorable de las encuestas de satisfacción en los tres estamentos ▪ Poco participación de los estudiantes en las encuestas

5.3 Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.

Desde el Vicerrectorado de Calidad de la UCM se realiza un seguimiento de la empleabilidad de los egresados. En esta encuesta dirigida a una población de 24, han participado 5 personas, que representa el 20,8% de la población especificada (24), con una media de edad de 29,2 y de un 60% de mujeres y 40% de varones. Este resultado indicaría la necesidad de buscar nuevos mecanismos para garantizar una mayor participación de este

estamento del máster. En cuanto a la situación laboral de los egresados observamos que 60,7% está laborando, un 20% ha estado trabajando, pero ahora no trabaja y, por último, un 20% nunca ha trabajado y está buscando su primer empleo. Destacamos que estos resultados deben ser tomados con mucha cautela, dado que el tamaño de la muestra que ha servido de base es excesivamente pequeño.

Otro hecho relevante a destacar, en este apartado, es la naturaleza del trabajo de los egresados el máster: 25% de los egresados laboran por cuenta propia y el resto por cuenta ajena. Es más, muchos de ellos trabajan en Empresas privadas internacionales (50%) y el otro 50% en empresas privadas nacionales. Si desglosamos al tamaño de empresa en la que laboran los estudiantes de nuestro máster, observamos que 25% trabaja en pequeñas empresas, 50% en medianas empresas y el resto en empresas de más de 500 trabajadores.

Si extendemos nuestro análisis al tiempo medio de encontrar el primer empleo por parte de los estudiantes del Máster en Consumo y Comercio, constatamos que el 75% de los estudiantes encontraron empleo antes de finalizar el máster, sin embargo, el tiempo medio en meses de encontrar el primer empleo, en caso de ser mujer, es de 6,7 meses aproximadamente. Y si consideramos la edad, el tiempo medio para encontrar el primer empleo es de 7 meses, para los estudiantes cuyas edades fluctúan entre 25 y 34 años.

En cuanto a la adecuación del empleo a la capacitación obtenida, por ejemplo, por género, los varones lo valoran en un 9 sobre 10, mientras que las mujeres lo valoran en 3,67 sobre 10. Esta disparidad en la percepción de lo adecuado o no del empleo, posiblemente ese sesgada por características propias de la dinámica de funcionamiento del mercado laboral. Estos resultados son reforzados por la media de los empleos tras titularse. Así, observamos que la media de empleo luego de la titulación es del 17,7%, en el caso de las mujeres, un porcentaje significativamente superior al de los varones que tan sólo alcanzan el 1%.

Si analizamos la satisfacción con el trabajo actual que realizan los egresados del máster, observamos que presentan una valoración media del 7,75. El desglose por género, muestra que los varones muestran una mayor satisfacción con su trabajo actual (9), que las mujeres (7,2). Si consideramos la edad, también observamos que egresados con edades comprendidas entre 35 y 44 están más satisfechos con su trabajo actual (9) que los que fluctúan entre 25 y 34 años (7,2).

En resumen, podemos destacar que el nivel de satisfacción con la inserción laboral es alto, lo que implica que el plan de formación del máster se adecuada a las características de la demanda del mercado y que los egresados han adquirido las competencias necesarias para competir en el mercado laboral e incluso presentar ciertas ventajas relacionadas con las competencias y habilidades adquiridas en el máster.

	3º curso de acreditación 2020 / 2021	4º curso de acreditación 2021 /2022	Curso autoinforme acreditación 2022 /2023	1º curso de acreditación 2023 /2024	2º curso de acreditación 2024 /2025
IUCM-29 Tasa de satisfacción egresados con la formación recibida	5,5	8,5	7,6	5,6	5,1
IUCM-30 Tasa de inserción laboral egresados	n.d.	100%	100%	100%	n.d

FORTALEZAS	DEBILIDADES
▪ Se dispone de un sistema implantado para la recogida de datos de satisfacción de egresados y datos de inserción en la UCM y la Facultad de Comercio y Turismo. ▪ Contar con una herramienta testada por la facultad y el máster y que puede llegar fácilmente al estudiante egresado.	▪ Muy pocos egresados y egresadas contestan las encuestas ▪ Falta de un instrumento que garantiza el seguimiento de la actividad profesional de los egresados.

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

NO PROCEDE

FORTALEZAS	DEBILIDADES

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El Máster de 'Consumo y Comercio' oferta las prácticas externas como asignatura optativa con una carga de 6 créditos. Durante el año académico 2024-25 se ofrecieron 20 ofertas de prácticas para 10 matriculados que permanecieron matriculados en las prácticas curriculares. Algunos estudiantes matriculados en las prácticas, antes de iniciarlas cambiaron la asignatura por otro que les causó más interés una vez que han internalizado los programas de las asignaturas con más detalle y de mano del profesorado.

Las prácticas externas son una herramienta formativa importante en el marco del esfuerzo generalizado para la mejora de la cualificación profesional y de las perspectivas laborales de los alumnos del máster en Consumo y Comercio (MOCC), y constituye un buen complemento en la formación de nuestros alumnos. La realización de las prácticas brinda a los estudiantes del MOCC la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos y técnicos adquiridos, en una situación laboral concreta y así adquirir y desarrollar ciertas competencias profesionales que forman parte de los resultados formativos del plan de estudios del Máster.

Las prácticas externas curriculares y no curriculares desarrolladas por los alumnos y alumnas del máster abarcan diversas áreas de aplicación y actividad, tales como: marketing y publicidad, gestión de transporte público, hostelería, comunicación y mercado editorial, proyectos de investigación, entre otros; son ámbitos y actividades relacionadas con contenidos y objetivos del proyecto formativo del Máster, por lo que valoramos que han constituido un factor complementario al programa desarrollado en el máster. La experiencia adquirida en este espacio de formación práctica pretende ampliar el campo de acción de nuestros estudiantes a aspectos relativos, por ejemplo, a la puesta en marcha, mantenimiento y promoción de un negocio, la dinámica de la comunicación publicitaria a través de medios y plataformas virtuales o el funcionamiento de las Organizaciones de consumidores y usuarios y los sistemas de tramitación de quejas y mantenimiento de garantías (cumplimiento de normativa) de los diversos agentes implicados en el

intercambio comercial y el consumo, consultoría de consumo y toma de decisiones, todos ellos intervienen desde diversas perspectivas en las distintas dimensiones de estudio, formación y campo de análisis del máster (consumo y comercio).

Respecto a la gestión administrativa, es la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo la encargada de esta labor. Esta oficina funciona bajo la dirección y supervisión de la persona Delegada de la Decana para Empleabilidad y Emprendimiento. Además de esta Oficina, como apoyo institucional de la Facultad de Comercio y Turismo existe una Comisión de Prácticas en Empresas, formada por profesores con docencia en el centro, cuyas funciones están delimitadas en la Guía de Prácticas aprobada por la Junta de Facultad. Si bien no es una Comisión Delegada de la Junta de Facultad, ésta recibe información sobre su funcionamiento, funciones, intervención y acuerdos.

La Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo como responsable de todo el procedimiento administrativo para la realización de las prácticas externas, es la encargada de facilitar una Guía de Prácticas a los estudiantes (https://comercioyturismo.ucm.es/practicas-externas). Esta Guía establece el procedimiento para formalizar el 'alta' en GIPE (plataforma de gestión integral de prácticas en empresa utilizada por la UCM) y consultar y elegir las empresas u organizaciones de su preferencia que ofertan las becas en la plataforma, aunque, la decisión final recae en la empresa. La OPFC gestiona aproximadamente unas 15.000 prácticas de estudiantes al año y cuenta con una base de datos de unos 18.000 convenios con entidades colaboradoras para toda la faculta, incluyendo la del Máster en Consumo y Comercio.

Entre las funciones de la Oficina de Prácticas podemos destacar las siguientes:

- Establecer relaciones con las empresas
- Preparación de convenios, remisión a empresas y al vicerrectorado para los trámites de firma y registro
- Recepción de ofertas y publicación en la página web
- Coordinación con OPE para todas aquellas ofertas aplicables a los alumnos del máster y que son gestionadas por la OPE
- Prestar una atención personalizada a los estudiantes. Para ello, tiene prefijado un horario de atención al público de lunes a viernes de 12 a 14 horas
- Comunicación y Coordinación con los profesores tutores de prácticas (académicos y de empresa)
- Gestión de expedientes y calificaciones.

Entre las principales fuentes de información sobre las Prácticas externas para los estudiantes del máster podemos indicar las siguientes:

▪ Desarrollo de una reunión informativa con todos los alumnos del máster matriculados en las prácticas externas. En dicha reunión se detallan las diversas opciones que tienen para elegir la empresa en la que desean hacer las prácticas y se informa del procedimiento que deben seguir para concretar la práctica.

▪ Las páginas web de la Facultad de Comercio y Turismo y de la Universidad Complutense constituyen otras de las vías de información para el estudiante del máster. En ellas hay un apartado específico, accesible desde la página de inicio, hacia la información específica de prácticas en empresas.

Todos los alumnos matriculados en la asignatura de Prácticas están bajo la tutela de un profesor del Máster (tutor académico) y de una persona responsable de su formación en la empresa u organización (tutor empresarial). El tutor académico mantiene como mínimo dos entrevistas o contacto por

correo electrónico con él o la estudiante, una al comienzo y otra antes de finalizar las Prácticas. Ambos tutores deben evaluar el proceso de práctica y de aprendizaje, es más, el tutor académico debe guiar la elaboración de la Memoria que él o la estudiante debe presentar al final del período de prácticas.

El tutor de la empresa tiene la obligación de cumplimentar una plantilla de explicación de la labor del estudiante en prácticas y de evaluar su desempeño a lo largo del período de Prácticas. Esta evaluación incluye una valoración numérica, que deberá ser grabada en la plataforma GIPE.

El alumno tiene la obligación de presentar una Memoria en la que debe reseñar su experiencia de aprendizaje y valoración personal de la práctica, la atención recibida por parte del tutor y la relación entre el contenido de la práctica y los estudios cursados, en los plazos establecidos en la Guía de Prácticas.

En el año académico 2024-2025, nuestros alumnos realizaron sus prácticas en empresas relacionadas con los contenidos académicos del máster, tales como:

Título práctica	Entidad	Ayuda estudio	Fecha Inicio	Fecha Fin
Prácticas Dpto. de Compras (Presencial)	Algadi Alimentación y Distribución, S.A.U.	500	13/01/2025	21/02/2025
auxiliar de marketing	Kaki Global, S.L.	200	17/03/2025	25/04/2025
Prácticas Apoyo Departamento de Expansión (presencial)	Adenetwork Consultores, S.L.	300	05/02/2025	28/03/2025
Prácticas Gestión de empresa-Mercados (mañana)	Fisi-on Franquicias, S.L.	300	15/01/2025	25/02/2025
Colaboración proyectos de investigación y labores de apoyo	Asociación Madrileña de Sociología		21/04/2025	12/06/2025
Asistente departamento de logística internacional	Van der Mobility, S.L.	1000	05/05/2025	25/06/2025
Asistente departamento comercial	Sakura Productos Hospitalarios, S.A.	500	03/02/2025	30/04/2025
MASTER EN CONSUMO Y COMERCIO	Next Energía XXI S.L		01/06/2025	11/07/2025
Colaboración proyectos de investigación y labores de apoyo	Asociación Madrileña de Sociología		21/04/2025	12/06/2025
SOLICITAR LAS PRACTICAS DE ALUMNAS WANG ZHANXI Y TONG WENJIE	Best Career Butler, S.L.	0	17/02/2025	08/04/2025
SOLICITAR LAS PRACTICAS DE ALUMNAS WANG ZHANXI Y TONG WENJIE	Best Career Butler, S.L.	0	17/02/2025	08/04/2025
Gestión de importación y exportación de productos entre Europa y China	Healthy Happy Home LLC		17/03/2025	25/04/2025

Cabe destacar que algunas de estas Prácticas fueron posibles porque a lo largo de estos años se firmaron nuevos convenios a iniciativa del título. También, como se ha dicho antes, se dio la posibilidad de cursar las prácticas en el extranjero, aunque ningún estudiante contempló esa opción. Junto a esta opción ha existido también la realizaron de prácticas extracurriculares como una alternativa para quienes estaban interesados en continuar con las prácticas.

Evaluación y seguimiento

De los datos obtenidos en la tabla anterior de resultados, se observa que en general es muy satisfactoria la experiencia de prácticas. En cuanto al cumplimiento de las expectativas previstas en la oferta de prácticas, los tutores consideran que se han cumplido los objetivos y metas fijadas (ver las calificaciones obtenidas por los estudiantes). Respecto al seguimiento de la práctica por el tutor académico a estado caracterizado por tener más de dos contactos con los estudiantes en prácticas, a lo largo del periodo de tiempo que dura la práctica; La forma de contacto en este curso académico ha combinado canales presenciales y online, para facilitar el contacto y el seguimiento de la práctica. Es más casi todos los estudiantes han completado el mínimo de horas requeridas para el reconocimiento de los 6 ECTS de las prácticas curriculares.

Por otro lado, observamos que las empresas involucradas en las prácticas curriculares del curso académico 2024-2025 corresponden a distintos giros comerciales en los que los conocimientos impartidos pueden ser aplicables y desarrollados (compras, marketing, investigación, logística, exportaciones e importaciones, etc.).

De los datos obtenidos de las encuestas de evaluación de GIPE muestran resultados que, en general, son muy satisfactorios, cabe destacar la valoración por parte de los estudiantes del alto grado de adecuación de las prácticas con la formación recibida, reflejada por la afirmación de todos los participantes de que la "Experiencia está siendo buena". A todo ello, se suma la adquisición de nuevas aptitudes y conocimientos, la complementariedad de las prácticas con apartados teóricos del máster, la buena acogida por parte de las empresas-organismos ofertantes de prácticas.

La encuesta muestra una calificación heterogenia relativa a la aplicación de los conocimientos adquiridos en el Máster que va desde totalmente de acuerdo (5) hasta en desacuerdo (2), de manera similar se observa el mismo resultado en relación a la formación recibida en el Máster orientada a la preparación para el desarrollo de las prácticas. Siguiendo los datos de Gestor Integral de Prácticas Externas de la UCM (GIPE), los y las estudiantes han respondido que en las prácticas han aplicado los conocimientos adquiridos en el Máster, el 95% está bastante de acuerdo, de acuerdo o muy de acuerdo. También, que la formación recibida en el Máster les ha preparado para la realización de las prácticas, así piensa el 95%. Y el 90% asegura que las practicas les ha posibilitado la adquisición de conocimientos y su aplicación eficaz, así como el desarrollo de competencias para ejercer su profesión. El general, casi todos los estudiantes afirman estar bastante satisfechos con sus prácticas.

Por otro lado, en cuanto al grado de relación entre las competencias adquiridas en el Máster y las prácticas externas, cabe destacar la valoración por parte de los estudiantes del alto grado de adecuación de las prácticas con la formación recibida, la adquisición de nuevas aptitudes y conocimientos, la complementariedad de la prácticas con apartados teóricos del máster, la buena acogida por parte de las empresas-organismos receptoras; todos los estudiantes mencionaron que repetirían el mismo lugar para la realización de sus prácticas o su desarrollo profesional.

También se constata que las prácticas han favorecido la adquisición de conocimientos y desarrolles competencias para ejercer la profesión en el mundo laboral, dado que las prácticas juegan el rol de complementos necesarios para la formación y desarrollo profesional.

Respecto a la memoria recordemos que ésta recopila todos los datos de la experiencia del estudiante desde el punto de vista formativo y laboral, midiendo los resultados de aprendizaje, comparándolos con las expectativas iniciales y su satisfacción por los logros obtenidos. Por tanto, la calidad de la memoria final de la práctica presentada es un buen indicador de la calidad de la práctica realizada. Los datos relativos a la calidad de la memoria se

ven reflejadas en las calificaciones obtenidas en la práctica (10 sobresalientes, 2 notables), lo que indicaría que el sistema de prácticas cumple con los objetivos y metas propuesta en el verifica del máster. La percepción favorable de los tutores de las entidades respecto a las prácticas se ve refrendada por las calificaciones otorgadas por los tutores académicos y son altamente positivas.

En cuanto al tutor académico este destaca la facilidad de contactar tanto por e-mail o de forma presencial, para que el estudiante pueda resolver sus dudas. También, destaca las competencias y habilidades profesionales que el alumnado desarrolla. Entre las cuestiones que destaca, es la actitud del estudiante es muy adecuada (81,4%) y las prácticas están muy relacionadas con el máster (92,7%).

Los tutores de entidad, declaran que los y las estudiantes tienen altas capacidades técnicas y capacidad de aprendizaje, así como capacidad crítica y reflexión analítica, implicación, responsabilidad, etc. En definitiva, todos los indicadores son muy positivos y las empresas declaran, según datos de GIPE, que volverían a incorporar estudiantes en prácticas de la titulación.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Proceso de atención (información, contactos, búsqueda de adecuación, seguimiento) Implicación de la Oficina de Prácticas de la Facultad En el terreno institucional promueven las relaciones entre la actividad académica y el mundo laboral y profesional	La ausencia de una política efectiva de conexión de la universidad con el mundo empresarial

6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.

6.1 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación o modificación del Título, realizado por la Agencia externa.

No procede

6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las "Recomendaciones" o "Recomendaciones de Especial Seguimiento" establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título realizado por la Agencia externa.

No procede

6.3 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del Título.

Se ha realizado una reflexión importante acerca de la idoneidad y vigencia actual del sistema de calidad implantado, que ha llevado al título a establecer sistemas de coordinación entre el profesorado –por ejemplo, un campus virtual con calendario de pruebas al estudiante-, así como del alumnado con la coordinación del máster con entrevistas periódicas con grupos de alumnos y alumnas, así como una mayor comunicación con el área de calidad.

También, se ha realizado una reflexión explícita acerca de la efectividad del sistema de coordinación docente implantado, más allá de la descripción del diseño de coordinación original de la titulación, y se han establecido canales de comunicación, momentos calendarizados de reuniones virtuales y presenciales.

Se han planteado mejoras en la guía del TFM del máster, estableciendo un calendario claro de fechas de entrega de avances y una dinámica de seguimiento que garantice, por un lado, la calidad de los trabajos de investigación y por el otro, el seguimiento de los mismos por parte de los tutores.

Por último, se ha planteado y acordado en el claustro una modificación parcial del plan de estudios del Máster, orientado a fortalecer los aspectos metodológicos del máster. El procedimiento a seguir será consultado con la responsable de la comisión de calidad, así como los trámites burocráticos que se deben realizar. El período de realización de este proceso es 2025-2026, para su implementación en el periodo académico 2026-2027.

6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteada en la última Memoria de Seguimiento a lo largo del curso a evaluar.

En la medida de las posibilidades de la coordinación se ha abordado la tarea, aunque los resultados no siempre responden al esfuerzo. Animar, por ejemplo, a la participación en las encuestas de valoración (profesores, alumnos) no ha dado lugar a un incremento del porcentaje de respuestas… quizá tenga relación con cierta saturación de consultas (no sólo en ámbito académico) y poca confianza en que sus resultados (opiniones y valoraciones recogidas en el cuestionario) sean aplicados y resuelvan sus observaciones y percepciones.

Se ha creado un espacio en el Campus Virtual para mejorar las sinergias, comunicación y coordinación del profesorado que ha tenido buena acogida por el profesorado.

También, se han llevado a cabo reuniones con el alumnado a lo largo de todo el curso para calibrar la satisfacción de los y las estudiantes. Esta práctica ha sido positiva porque ha permitido recoger las distintas percepciones de las y los estudiantes respecto a las clases y la dinámica de funcionamiento del Máster.

6.5 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de la Renovación de la Acreditación del título, realizado por la Agencia externa para la mejora del Título.

Durante el curso 2023/24 se llevó a cabo el proceso de Evaluación de la Fundación Madri+D. Las valoraciones recibidas fueron muy positivas, todos los criterios incrementaron su valoración respecto al proceso de acreditación anterior y cumplen los estándares esperados para el desarrollo adecuado y de excelencia del título. No se han establecido acciones de modificación necesarias y únicamente el Criterio 1. Organización y desarrollo que incluye posibles aspectos de mejora (aumento de plazas para prácticas externas, inclusión de representación de estudiantes en comisiones, clarificación del procedimiento para evaluar el nivel de idioma castellano en estudiantes admitidos que no son hispanohablantes).

Luego del informe final de valoración, las acciones de mejora se diseñaron e implementaron en el curso 2024/2025. Tales como la mejora de las comunicaciones con los estudiantes, la organización de seminarios especializados para los estudiantes del máster y también la motivación para que los profesores participen en los curos de formación educativas ofertadas por la universidad.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
En el curso 2024-205 se ha consolidado los resultados identificados por la evaluadora externa, como la mejora significativa en todos los criterios: organización y desarrollo; información y transparencia; sistema de calidad; personal académico y de apoyo, así como resultados de aprendizajes del máster en Consumo y Comercio.	Debemos señalar el debilitamiento de la relación con las empresas para las prácticas, debido en gran parte a la nueva ley de becas.

7. **MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

7.1 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación sustancial.

En 2020, se presentó la solicitud para modificación del título, habiéndose recibido informe favorable:
https://www.ucm.es/file/informe-final-mod-m-comercio-y-consumo.
El detalle de estas modificaciones solicitadas fue incorporado en la memoria anual de seguimiento del curso correspondiente.

7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación no sustancial.

En mayo de 2024 se inició proceso para la adscripción del máster al ámbito de conocimiento correspondiente según el Real Decreto 822/2021. Se solicitó la adscripción del título al ámbito de conocimiento (campo de estudio) de "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo".

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

Como venimos apuntando en otras memorias, el curso de Consumo y Comercio aborda desde una perspectiva abarcadora y de síntesis de distintas áreas de conocimiento que presentan una dinámica cambiante, plural en sus definiciones, técnicas y formatos de presentación, donde la aplicación de enfoques y herramientas metodológicas y técnicas complementarias es una constante académica. Este enfoque denominado multidisciplinariedad, en el mundo académico, constituye la piedra angular y la principal fortaleza del máster en Consumo y Comercio, respaldado por un equipo de profesores de elevada calidad académico y multidisciplinar.
La fortaleza del máster en consumo y comercio también se manifiesta en el hecho de que este enfoque académico multidimensional se ve reflejado y concretado en la estructura del Plan de estudios implementado (ver díptico del máster), que se caracteriza por ser abarcador en contenidos y generador de competencias complementarias para la gestión empresarial
Es más, otra de las fortalezas del Máster se encuentra en la pluralidad de perfiles de los profesores que imparten las clases, la cual resulta potencialmente muy rica. En este contexto, la diversidad de experiencias de trabajo, tanto teórico como de investigación, del equipo docente del Máster. Es un equipo compuesto por profesionales que conocen -por trayectoria, por participación actual- el trabajo de investigación empírica, pero también los fundamentos teóricos y críticos de las disciplinas que imparten.

En cuanto al alumnado, su pluralidad de orígenes y de perfiles académicos resultan ser factores positivos, en tanto fomentan la creatividad, la innovación y la resolución de problemas al aportar múltiples perspectivas, valores y conocimientos únicos de cada cultura.

La variedad de perspectivas, ideas y conocimientos procedentes de diferentes culturas constituye otra fortaleza del máster en Consumo y Comercio, ya que fomenta el desarrollo de capacidades asociadas con la toma decisiones basada en evidencias y datos, donde cada cultura aporta valores, modos de vida y puntos de vista distintos que, al ser respetados, hacen a las personas más tolerantes y respetuosas con las diferencias. Esta diversidad de experiencias de origen, de modelos y procesos de consumo y dinámicas comerciales diferenciadas, de estilos de vida distintos, de hábitos, costumbres o normativas dispares, posibilitan mejoras crecientes en el aprendizaje profundo (intercambio, contraste, trayectorias confrontadas, similitudes…) y la mejora sustancial de la productividad en las distintas actividades que desarrollan los estudiantes, incluida la laboral.
Destacamos en este apartado de fortalezas, y en relación con las Prácticas, las facilidades ofrecidas al alumnado para realizar prácticas en ámbitos propuestos por ellos mismos (potencial complemento a la oferta establecida desde la Universidad: convenios ya establecidos universidad-empresa), lo que convoca su participación e implicación en esta importante área formativa. El envite propositivo busca también una óptima adecuación en la asignación de Prácticas. Se considera la posibilidad de realización de prácticas fuera de Madrid/España, en función de sus opciones (áreas de formación/profesionales, preferencias territoriales, etc.). También, si cuentan con experiencia previa, se les da asesoramiento para valorar su participación en la asignatura de Prácticas u otras asignaturas optativas que, al contar con experiencia previa, puede resultarles más abarcadoras y de mayor complementariedad a su formación académica y profesional.
De manera similar también destacamos los servicios prestados en esta Facultad por la oficina de prácticas, que resultan imprescindibles para la buena marcha del proceso de formación y experiencia laboral de los estudiantes en una economía del bienestar. En punto, es importante subrayar el papel activo e implicación de la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo, encargada de todo el proceso de difusión, tramitación, atención y coordinación entre el ámbito empresarial y la demanda de prácticas de los estudiantes.
Por otro lado, nos parece relevante resaltar la importancia de los medios y servicios informáticos en el mundo actual y, en particular, en el sistema de enseñanza superior; aunque, con exigencias específicas relacionadas con asignaturas del plan de estudios de nuestro Máster. En concreto, mejora la calidad de los recursos al proporcionar acceso a bibliotecas digitales, bases de datos, simulaciones interactivas y materiales educativos avanzados que enriquecen el aprendizaje; fomenta el desarrollo de habilidades de crítica y resolución de problemas, al exponer a los estudiantes a diversas perspectivas y al uso de herramientas que permiten el análisis profundo de la información; estimula la curiosidad investigativa y el cuestionamiento de lo establecido al proporcionar herramientas para el manejo, análisis y difusión de grandes volúmenes de datos y motiva la colaboración y comunicación promoviendo la interacción entre estudiantes y profesores, el trabajo en equipo y prepara a los alumnos con las habilidades digitales necesarias para su desarrollo profesional y el mercado laboral.
De manera similar recalcamos la relevancia de las mejoras en la administración institucional (facultades, departamentos académicos, comisiones delegadas, etc.) que facilitan la investigación y promueven la innovación al formar profesionales competentes para la sociedad del conocimiento. En particular, queremos resaltar la profesionalidad y disponibilidad de los responsables del área de informática (cuidada, exquisita, atención al profesorado

y alumnado) de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el Máster. Destacamos este valor dado el papel que tiene hoy en día las nuevas tecnologías y los servicios computacionales.
Otro espacio de suma importancia que el fortalecimiento del máster son los servicios administrativos de atención a los estudiantes, cuya gestión de los asuntos académicos, en la Facultad de Comercio y Turismo, está centralizada en la secretaría académica y secretaria de alumnos, cuya función es la atención de todas las incidencias y acciones administrativas relacionadas con las asignaturas del Máster en Consumo y Comercio.

Por último, queremos remarcar el proceso de Calidad bidireccional que parte del rectorado, pasando por el centro y que como enlace soporta el SGIC de la Facultad de Comercio y Turismo y que, como se mostrado en apartado anteriores, destacan por el buen desarrollo del título refrendado durante el proceso de acreditación con resultados muy positivos para el máster.

	FORTALEZAS	**Análisis de la fortaleza***	**Acciones para el mantenimiento de las fortalezas**
Estructura y funcionamiento del SGIC	▪ Compromiso de las personas y agentes implicados en la consolidación y eficiencia en el control y detección de mejoras por parte del SGIC. ▪ Flexibilidad del SGIC por su adaptación ante situaciones de incertidumbre. ▪ Sinergia bidireccional de los procesos de calidad	Apartado 1	▪ Propiciar una comunicación fluida y colaborativa entre las distintas experiencias de máster. ▪ Implementar sistemas de seguimiento para la buena marcha del curso académico, en sus distintos niveles. ▪ Mantener los encuentros periódicos y potenciar la participación entre los diferentes sistemas de calidad establecidos.
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	▪ Contacto fluido y seguimiento de la marcha del curso académico por los miembros de la comisión de coordinación. ▪ Implicación del equipo docente en la dinámica del máster (Facilitación, adaptabilidad y flexibilidad) ▪ Participación del equipo a lo largo del desarrollo del curso con el SGIC a través de su coordinador	Apartado 2	▪ Potenciar la comunicación con el SGIC del centro y la Coordinación del máster. ▪ Mantener y potenciar la comunicación entre miembros del equipo docente y la coordinación, de modo que se consolide el trabajo en conjunto (sobre todo entre quienes colaboran en una misma asignatura).
Personal académico	▪ Interdisciplinariedad, Profesionalidad y Experiencia académica y profesional. ▪ Implicación en el desarrollo de una enseñanza de excelencia en el máster ▪ Fomentar el recambio generacional docente incorporando profesionales jóvenes al equipo docente del master.	Apartado 3	▪ Fortalecer la orientación teórico-práctico de las asignaturas. ▪ Coordinar el trabajo y mejorar la comunicación entre el profesorado. ▪ Ampliar la formación del profesorado del máster ▪ Implementación de seminarios y talleres orientados a la ampliación del backgraund de conocimiento y adquisición de competencias de los estudiantes alumnado.
Sistema de quejas y sugerencias	▪ Contar con distintos canales de quejas y/o sugerencias ▪ Facilidades del acceso. ▪ Publicación de los Links y enlaces a la página de quejas y/o sugerencias.	Apartado 4	▪ Registro digital de las incidencias detectadas por los estudiantes y profesores. ▪ Registro digital de las posibles críticas y quejas, lo que, generalmente, se lleva a cabo más por vías 'informales' (contacto directo con profesorado y/o coordinación) que por las vías formales
Indicadores de	▪ Resultados académicos muy buenos.	Apartado 5.1	▪ Potenciamos el interés y la fluidez comunicativa entre profesores y

resultados	▪ Interacción y dinámica de grupo de los estudiantes del máster. ▪ Interacción de estudiantes con profesores.		estudiantes. Atención personalizada ▪ Fomentamos la participación de los estudiantes del master en los diferentes foros del centro. ▪ Fomentamos la participación de los estudiantes de forma puntual, dentro de la Comisión de Coordinación.
Satisfacción de los diferentes colectivos	▪ Altos niveles de satisfacción de profesorado y agentes implicados en las Prácticas. ▪ Niveles significativos de satisfacción de los estudiantes con el máster.	Apartado 5.2	▪ Potenciamos una mayor participación del profesorado a través de mensajes de correo electrónico, comunicados, reuniones de trabajo y claustros. ▪ Motivamos a los estudiantes a cumplimentar las encuestas de satisfacción.
Inserción laboral	▪ Las competencias profesionales que otorga el máster son reconocidas por el mercado de trabajo		▪ Mantener y ampliar las alianzas y contactos que se han ido generando con profesionales y empresas. ▪ Recopilación de la inserción laboral de los egresados del master
Programas de movilidad	No procede		
Prácticas externas	▪ Buena coordinación entre los diversos Agentes implicados (empresas, organizaciones, profesorado, Oficina de Prácticas). ▪ Implicación y satisfacción del alumnado.	Apartado 5.5	▪ Continuar la fluida coordinación con las entidades implicadas. ▪ Búsqueda de adecuación de las prácticas a los contenidos formativos y de orientación laboral del máster
Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación	▪ Seguimiento y mejora de las acciones y renovación muy positiva de la acreditación del máster por el Agente Externo (Madr+D).	Apartado 6	▪ Se seguirán las recomendaciones del SGIC. ▪ Se seguirán mejorando el canal de comunicación permanente en el Campus Virtual, habilitado para el profesorado ▪ Se seguirá invitando a profesionales que puedan aportar a la ampliación y profundidad del conocimiento y de la experiencia práctica de las disciplinas impartidas en el máster.

9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA

9.1 Relación de los puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, elementos del sistema de información del SGIC que ha permitido su identificación y análisis de las causas.

- "Sigue siendo mejorable la participación en las encuestas de valoración". Para ello, se propone realizar una encuesta directa y en papel con los estudiantes del máster, para mejorar la participación de los alumnos en la valoración de las asignaturas y el máster en general.
- "Seguimos destacando como punto débil la falta de una mayor y mejor dirigida difusión del curso". El cumplimiento de esta propuesta ha supuesto un incremento significativo del número de demandantes de plazas en el máster, así como de matriculados, alcanzado la cifra de 38 matriculados, para el curso académico 2025-2026, de un total de 40 plazas ofertadas (ver verifica del máster).

9.2 Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar

En relación a las distintas propuestas de mejora del periodo 2024-2025 implementadas, los resultados fueron los siguientes:

1) "Realizar talleres de esquematización y elaboración de TFM. Ya realizándose, pero en mejora". Entre las acciones concretas de mejora podemos señalar: la entrega y publicación del calendario de entregas de los avances de los TFMs (2 entregas de avances previas con supervisión de sus tutores, como requisito para la defensa del TFM). La respuesta supero el 96% de dichas entregas. También se llevó a cabo 2 talleres de trabajo-informativo sobre los TFM (criterios y estructura de elaboración del TFM, gestión de la bibliografía, formato de citas, etc.
2) "Realización de Talleres para asesoramiento de las prácticas: seguir en su reelaboración. Ya realizándose". Esta propuesta implicó la implementación de dos sesiones de trabajo con asistencia del 99% de los estudiantes matriculados en la asignatura: una informativa sobre las características de las prácticas y las formas de acceso a las ofertas de prácticas a través de la plataforma GIPE y la importancia de tener una actitud pro-activa por parte de los estudiantes. Otra, más especializada o técnica relativa a la elaboración de la memoria y el número de horas requeridas para validar el practicum curricular (mínimo 150 horas).
3) "Implementar seminarios que complementen la formación del master, sobre todo con experiencias prácticas y actuales". En relación a esta propuesta se desarrollaron un conjunto de seminarios (los viernes) relacionados con las áreas de conocimiento involucradas en el máster (ver punto 3: Análisis del personal académico).
4) "Reforzar la colaboración del profesorado y mejorar la relación profesor/a-estudiante a través de trabajos colaborativos y enseñanza inversa". Esta propuesta se concreta tanto por el punto 3 como por la participación de los profesores del máster en la formación de los tribunales de defensa de los másters; así como en el desarrollo de trabajos conjuntos entre profesores de distintas asignaturas impartidas en el máster.
5) "Generar una mayor orientación práctica con métodos y profesionales que estén trabajando día a día". Esta propuesta ha sido una constante en las técnicas pedagógicas implementadas por los profesores del master, tal como se puede constatar en las calificaciones obtenidas por los estudiantes del master.
6) "Controlar la carga docente creando sinergias entre el profesorado e informando de la formación especializada de la facultad". En relación a esta propuesta de mejora, se avanzado a una mejor configuración de la carga docente de los profesores del máster para el periodo 2025-2026.
7) "Propiciar metodologías cualitativas que ayuden a conocer el clima en el aula". Los avances en esta propuesta son poco significativos, dado que aún no están definidos los KPI adecuados para medir el "clima en aula".

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Estructura y funcionamiento del SGIC	Sobrecarga de trabajo del profesorado, que dificulta la organización de tareas añadidas a la docencia de sus asignaturas.	No reconocimiento de las horas extras dedicadas a las tareas añadidas	Proponer la incorporación en la carga docente de 1 créditos ECTS para los profesores que realicen tareas añadidas a su docencia (específicamente seminarios y	Número de seminarios y conferencias impartidas (al menos 5 para ser reconocida los 1 créditos ECTS)	Comisión de coordinación y Claustro de profesores	Curso 2026-2027	No realizado

			conferencias) a los directores de departamento y el vicerrectorado de profesores.				
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación							
Personal Académico	Limitada formación en nuevas tecnologías avanzadas (p.e Inteligencia Artificial)	Ausencia de un programa permanente de formación en la UCM	Implementar cursos de formación permanente para profesores por campus en nuevas tecnologías avanzadas (IA)	▪ Tasa de participación ▪ Tasa de aprendizaje	CPD	2do cuatrimestre del curso 2025-2026	No realizado
Sistema de quejas y sugerencias							
Indicadores de resultados							
Satisfacción de los diferentes colectivos	▪ Limitada representatividad de los diferentes colectivos en las encuestas de satisfacción ▪ Baja satisfacción mostrada por los estudiantes	Percepción de saturación de consultas (no sólo en el ámbito académico) y poca confianza en los efectos de sus resultados	- Establecer fecha adecuadas para las encuestas (evitar fechas de exámenes y puentes) - Recordatorio sistemático y publicidad en los paneles y pantallas de los períodos de realización de las encuestas. - Enviar un e-mail explicando la importancia y relevancia de la participación de los estudiantes en las encuestas docentía.	▪ Número de correos enviados ▪ Tiempo de publicidad en las pantallas de la facultad ▪ Tasa de respuesta	Comisión de coordinación, claustro de profesores	Continua	No realizado
Inserción laboral	Muy pocos egresados y egresadas contestan las encuestas Dificultades para asumir el seguimiento de alumnos titulados en	Fallos en la recolección de información relativa a la inserción a lo largo de los distintos cursos académicos.	Entrevistas Seguimiento por linkeding	▪ Nº de estudiantes con empleo ▪ Periodo de tiempo necesario para	Coordinación	Continua	En proceso

	nuestro Máster			encontrar el primer trabajo			
Programas de movilidad	No procede						
Prácticas externas	Limitada oferta de becas de prácticas curriculares	Cambio normativo en las condiciones laborales de las becas.	Asesoramiento y orientación alternativa para las prácticas	▪ Nº de cambios de prácticas por asignaturas	Comisión de Coordinación y la coordinación	Continua	Realizado
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación							