VICERRECTORADO DE CALIDAD

| RUCT | MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO |
|---|---|
| 2500914 | GRADO EN COMERCIO |

| Universidad/es participantes | Centro |
|---|---|
| UCM | FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO |

| Créditos | Doble grado/máster | Primer curso de implantación | Prácticas externas | Programas de movilidad |
|---|---|---|---|---|
| 240 | | 2009-10 | Sí | |

| ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA | | | |
|---|---|---|---|
| Verifica | Modificación Verifica | Seguimiento externo | Acreditación |
| 30/10/2009 | 21/06/2019 | Fundación Madri+d | 23/02/2018 |

CURSO 2020-21

OFICINA PARA LA CALIDAD

## INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

**URL: https://comercioyturismo.ucm.es/**

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

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

Se han puesto en marcha los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria de verificación y concretamente respecto a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad (SGIC) del Título.
Desde la Facultad se realiza un seguimiento del Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC) de las titulaciones impartidas, gestionando y coordinando todos los aspectos propios de dicho Sistema. Anualmente, se recoge información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de las titulaciones (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje y otros), se gestiona el Sistema de Información de las titulaciones impartidas en la Facultad con los datos disponibles en el Centro, se realiza el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad, se realizan propuestas de mejora y un seguimiento de las mismas, y por último, se elabora una memoria de sus actuaciones y un plan de mejoras para cada la titulación.

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

La responsable de garantizar la calidad interna de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo la Decana de la Facultad o persona en quien delegue, que presidirá la Comisión de Calidad de la Facultad.

El primer nivel de la SGIC aparece la Comisión de Calidad del Centro como máxima responsable de la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Comercio y Turismo, específicamente dedicada a dicha tarea, y que funciona con un reglamento propio aprobado por la Junta de Facultad. Se trata de una Comisión delegada de dicha Junta, constituida en la sesión del 24 de junio de 2009. Está presidida por la Vicedecana de Estudios y Calidad.

La composición de la Comisión de Calidad (y colectivo al que representan) aprobada por la Junta de Facultad 5/2018 de 16 de julio es pública y puede consultarse en: https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic

En el segundo nivel del SGIC se encuentra la Comisión del Grado de Comercio, presidida por la Coordinadora de Grado (https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-los-grados) y formada por los coordinadores de asignaturas elegidos por los Consejos de Departamento correspondientes y que pueden consultarse en https://comercioyturismo.ucm.es/file/coordinadores-comercio-20-21.

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

Las normas de funcionamiento y el sistema de toma de decisiones del SGIC son públicos y pueden consultarse en https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic.

El primer nivel del SGIC es la Comisión de Calidad del Centro. Su Reglamento de funcionamiento fue aprobado por la Junta de Centro celebrada el 11 de marzo de 2010 y modificado en la Junta de Centro del 19 marzo de 2013 (modificación de la toma de decisiones en la Comisión de Calidad).

Las decisiones se toman por acuerdo cualificado (2/3 de los votos) de los miembros de la Comisión. En caso de empate la Presidenta contará con voto de calidad. Las decisiones son puestas en marcha por la Comisión de Calidad del Centro, que informará en las siguientes

reuniones sobre el grado de avance o grado de cumplimiento de las mismas. La tipología de efectos dependerá del tipo de decisión adoptada.

La Comisión de Calidad de la Facultad analiza la evolución de las enseñanzas de la titulación, recabando información de:

- La Secretaría de Alumnos del Centro.
- El equipo de Gobierno de la Facultad.
- La Comisión de Coordinación del Grado del título.
- La Coordinadora de Grado.
- Los departamentos implicados en las enseñanzas.

Las funciones de la Comisión de Calidad son las siguientes:

- Establecer y fijar la política de calidad de las titulaciones de acuerdo con la política de calidad de la Facultad de Comercio y Turismo y de la Universidad Complutense de Madrid.
- Realizar el seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad.
- Gestionar y coordinar todos los aspectos relativos a dicho Sistema.
- Proponer a la Junta de Facultad los objetivos de calidad y posibles modificaciones de los mismos.
- Recoger información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de las titulaciones (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje y otros).
- Gestionar el Sistema de Información de las titulaciones impartidas en la Facultad con los datos disponibles en el Centro.
- Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad.
- Realizar propuestas de mejora y hacer un seguimiento de las mismas.
- Informar, a petición del Decano, de las propuestas de normativa interna que se sometan a la consideración de la Junta de Facultad.
- Aquellas otras recogidas en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de la Facultad, así como las que se atribuyan a la Comisión por cuantas disposiciones sean dictadas en desarrollo del citado Sistema y que de forma expresa se atribuyan a la Comisión.

La Comisión de Calidad de la Facultad realiza propuestas de revisión y de mejoras que remite a la Junta de Facultad. El seguimiento de la aplicación de las mejoras propuestas y aprobadas por la Junta de Facultad será realizado por la Comisión de Calidad y le da difusión a través del apartado Calidad de la web del Centro.

La Comisión de Calidad de la Facultad elaborará anualmente una memoria de sus actuaciones y un plan de mejoras de la titulación que deberá ser aprobado por la Junta de Facultad y difundido debidamente.

En el segundo nivel del SGIC se encuentra la Comisión de Coordinación del Grado de Comercio, presidida por la Coordinadora de Grado, nombrada por el Decana de la Facultad, y por los Profesores Coordinadores de cada Asignatura, elegidos por los Consejos de Departamento correspondientes. Esta Comisión tiene las siguientes funciones:

- Garantizar la fluida comunicación entre los coordinadores de las distintas asignaturas.
- Velar porque se eviten posibles solapamientos entre asignaturas.
- Garantizar la coordinación de la evaluación dentro de la misma materia entre distintos profesores/as.

- Adecuar el calendario y la distribución de actividades formativas.
- Coordinación y garantía de los medios necesarios para el eficiente funcionamiento de la labor docente.
- Atender las opiniones/sugerencias de los/as alumnos/as y transmitirlas cuando sea necesario a los/las profesores/as.

***1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.***

La Comisión de calidad convoca al menos tres reuniones ordinarias al año. Una en septiembre/octubre, al comienzo del curso, otra en febrero, a mitad de curso, y la última en junio al concluir el periodo de docencia presencial. La Presidenta podrá convocar reuniones de urgencia si el tema así lo requiere.

A lo largo del curso 2020-2021 se han celebrado las siguientes reuniones de la Comisión de Calidad, cuyas fechas y contenidos se detallan a continuación.

| Fecha | Temas tratados | Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados |
|---|---|---|
| Extraordinaria 18/09/2020 | Resolución de solicitudes de convalidación o reconocimiento de créditos de prácticas en empresa | Corresponde a la Comisión de Calidad resolver las solicitudes de convalidación o reconocimiento de créditos como prácticas en empresa conforme a lo estipulado en el documento "Medidas sobre las prácticas externas por la crisis COVID-19, Curso 2019-20" aprobado por la Junta de Facultad de Comercio y Turismo. |
| Ordinaria<br>29/10/2020 | Guías Docentes.<br>Actos de Inauguración de Curso.<br>Talleres Formación Profesorado para docencia semipresencial.<br>Resolución de solicitudes de convalidación o reconocimiento de créditos de prácticas en empresa.<br>Proyectos aplazados por la emergencia sanitaria. | Con motivo de la implantación del marco estratégico de docencia semipresencial en el curso 2020-21, ha habido que modificar las guías docentes de las asignaturas. Todas las guías han sido revisadas por los coordinadores de las titulaciones, y ya están disponibles en la web de la Facultad.<br>Se ha preparado material disponible para el profesorado para la docencia semipresencial.<br>Conforme a lo estipulado en el documento "Medidas sobre las prácticas externas por la crisis COVID-19, Curso 2019-20" aprobado por la Junta de Facultad de Comercio y Turismo, corresponde a la Comisión de Calidad resolver las solicitudes de convalidación o reconocimiento de créditos como prácticas en empresa. Estudiados los casos individualmente, se acuerda conceder el reconocimiento de créditos de 2 solicitudes.<br>Los proyectos aplazados por la emergencia sanitaria son la Certificación en ISO:9.001 y la reunión convocada con los Delegados de La Facultad para informarles sobre el sistema de garantía interno de la Facultad: encuestas de satisfacción y procedimiento de quejas y sugerencias. |
| Ordinaria<br>9/12/2020 | Implantación de la norma ISO 9001.<br>Marco Estratégico para la Docencia.<br>Memoria de Seguimiento de los Grados. | Reanudación del proceso de implantación de la norma ISO 9001: Habrá una nueva auditoría interna para febrero – marzo de 2021. Si la auditoría interna sale bien, la auditoría externa se pasaría un mes después, logrando finalmente la certificación ISO 9001.<br>Evaluación y revisión del Marco Estratégico para la Docencia aprobado en Junta de Facultad el 22 de julio de 2020.<br>Se aprueba la Memoria de Seguimiento Grado en Comercio. |
| Ordinaria<br>22/06/2021 | Proceso de certificación ISO 9001.<br>Acuerdos de la Junta de Facultad sobre Marco Estratégico de la | Se informa el cambio en la Coordinación del Grado en Turismo y del Doble-Grado.<br>En mayo de 2021 se hizo la auditoría interna Proceso de certificación ISO 9001, con un resultado positivo, y entre |

| | | |
|---|---|---|
| | Docencia y sobre Prácticas en empresas.<br>Aprobación del Doble Grado en Diseño y Moda y Comercio.<br>Memorias de seguimiento. | junio-julio de 2021 tendrá lugar la auditoría externa.<br>En Junta de Facultad se modificó el Marco estratégico para la docencia en el curso 2020/2021. Asimismo, se han adaptado las prácticas externas ante la situación generada por la Covid-19.<br>Se amplía la oferta de optativas de Doble Grado en Turismo y Comercio.<br>Se analizan los informes de seguimiento de los Grados y la implementación del plan de mejora anual de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo.<br>La Coordinadora del grado informa del Plan de mejora. Incide en que a su juicio hay muchas cosas que exceden la labor de los coordinadores, por ejemplo, la involucración de los alumnos en el SGIC y el aumentar el porcentaje de profesores permanentes.<br>Se intenta incorporar en los procesos de calidad y coordinación al alumnado con el objetivo de incrementar el volumen de datos recibidos de este colectivo. Para esto, es necesario la involucración del vicedecanato de estudiantes.<br><br>Se planteó hacer reuniones monográficas para la mejora de indicadores. Los datos que tenemos actualmente son mejorables: tendencia a la baja en los resultados académicos.<br>La presidenta considera que, en efecto, hay que ajustar las acciones de mejora del plan con las cuestiones que hay que mejorar del grado. Respecto a los medios: coincide en que muchas cosas que son responsabilidad del rectorado, y a tal efecto se les reclamará los medios oportunos. Otras cuestiones son competencia de la Facultad. Todas las partes deben trabajar conjuntamente, pero los coordinadores deben liderar el trabajo, y solicitar lo que consideren necesario a las instancias que corresponda. |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F1 En el SGIC de la Facultad están representados todos los colectivos implicados en el desarrollo del Título (estudiantes, personal docente e investigador, personal de administración y servicios y agentes externos). | D1 La implicación del alumnado en el SGIC es susceptible de mejora. |
| F2 Se encuentra completamente implantado el Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) para el grado, con enlace propio en la página web, en el que se informa de su organización, composición y funciones, Comités de Evaluación y Mejora, Memorias Anuales de Seguimiento, las mejoras implantadas y el procedimiento del Sistema de quejas y reclamaciones. | |
| F3 Flexibilidad del SGIC para su adaptación a la situación de crisis. | |

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

La **coordinación académica** depende de la Junta de la Facultad de Comercio y Turismo. Es el Equipo Decanal quien ejecuta las acciones encargadas por la Junta, apoyado por la Comisión de Calidad y por la Comisión de Coordinación del Grado.

El Equipo Decanal o equipo de Gobierno, presidido por la Decana está compuesto por el Gerente, la Secretaria Académica de la Facultad, el Vicedecanato de Política Académica, Profesorado y Estudiantes, el Vicedecanato de Calidad y Estudios, El Vicedecanato de Doctorado, Investigación y Formación Permanente, y el Vicedecanato de Relaciones Internacionales y Gestión Económica, el Delegado de la Decana para Emprendimiento, Prácticas Externas y Empleabilidad y la Delegada de la Decana para Comunicación Institucional y Transformación Digital. Las funciones que tiene el Equipo de Gobierno en relación con la Coordinación Académica son las siguientes:

- Vigilancia del cumplimiento de los objetivos del Título de Grado en Comercio.
- Garantía de adquisición de competencias generales, competencias básicas y competencias específicas asociadas a las distintas asignaturas que componen el Título de Grado.
- Toma de decisiones sobre aspectos relevantes del Plan de Estudios, dentro de las funciones de la Facultad.
- Coordinación y garantía de los medios necesarios para el eficiente funcionamiento del Plan de Estudios.
- Supervisión de un correcto cumplimiento del Plan de Estudios.
- La Coordinación de la programación docente.
- La asignación de aulas y espacios.
- El calendario de exámenes.

La **coordinación propiamente del Grado** se estructura en tres niveles:

- Coordinación inter-Grados, dirigida por la Vicedecana de Estudios y Calidad, en permanente comunicación con el Equipo de Gobierno (especialmente con el Vicedecano de Alumnado), y en colaboración con la Coordinadora del Grado en Comercio, el/la Coordinador/a del Grado en Turismo y la Coordinadora del Doble-Grado en Turismo y Comercio.
- Coordinación del Grado en Comercio, a través de la Comisión del Grado, presidida por la Coordinadora de la titulación.
- Coordinación de Asignatura, a cargo del profesor/a designado por los Consejos de Departamento con docencia en el Título.

A partir de esa estructura se realiza la coordinación horizontal y vertical, que se detalla a continuación.

Desde el año académico 2017-18 se ha intensificado la **relación entre las Comisiones de Grado** del Grado en Comercio, Grado en Turismo, y el Doble Grado en Comercio y Turismo, estableciendo algunas reuniones conjuntas, lo que facilita la coordinación de las asignaturas comunes y el trabajo en una misma dirección con el profesorado del Centro. Asimismo, existe una estrecha relación con los Coordinadores de Titulaciones de Grado, a través de la Comisión de Coordinación de Grados, presidida por la Vicedecana de Calidad y Estudios y formada por los Coordinadores de los Grados impartidos en el Centro: Grado en Comercio, Grado en Turismo y doble grado en Comercio y Turismo. Esta Comisión se reúne periódicamente, si bien existe una comunicación muy frecuente entre sus miembros; por ejemplo, se realizan reuniones entre los Coordinadores de Comercio y Turismo cada vez que se necesita tratar las cuestiones que requieren gestión, fundamentalmente lo relativo a la organización de los Trabajos Fin de Grado. Además, ante cualquier cuestión que así se requiere se consulta con la Vicedecana y si los asuntos lo requieren se convoca una Comisión de Calidad.

La coordinación horizontal está encomendada a los coordinadores de asignaturas que son los miembros de **la Comisión de Coordinación del Grado**. Los Profesores Coordinadores de cada

Asignatura en el Grado son designados por los Consejos de Departamento correspondientes, tal y como consta en la Memoria Verificada del Título. La Coordinadora se encuentra en contacto permanente con profesorado y alumnado mediante correo electrónico.

Desde la Comisión de Coordinación del Grado se informa a los profesores de aquellas novedades que afectan a la titulación y se debaten los problemas concretos derivados de la docencia, tales como seguimiento del alumnado, contraste de calificaciones en casos concretos o problemas de conducta detectados, y en general, todas aquellas cuestiones que van surgiendo durante el curso y que resulten de interés para el desarrollo de la actividad docente, con especial atención a las funciones que la Comisión tiene encomendadas y que constan en el documento de verificación del título:

- Procurar que las asignaturas se impartan con la secuencia adecuada.
- Evitar posibles solapamientos entre asignaturas.
- Organización de la adecuada distribución de actividades formativas para evitar acumulaciones en periodos puntuales.

En el año académico 2020-21 se impartieron 49 asignaturas en el Grado (sin contar las Prácticas curriculares y el TFG), de las que 7 eran de grupo único. Se ha recabado información sobre la coordinación horizontal del Grado de Comercio mediante un Formulario cumplimentado por los coordinadores de asignatura; las respuestas recibidas representan a un 89,80% de las asignaturas impartidas (frente 71,5% el año anterior). Los resultados obtenidos son que en el 72,73% de las asignaturas encuestadas la coordinación es muy alta (56,25% el año anterior), y en el en el 27,27% restante es alta/media. En el Doble-Grado, al ser grupo único, la coordinación horizontal es inmediata (100%).

**Acciones de mejora**

Las acciones de mejora realizadas en el año académico 2020-21 en la titulación son:

- La instauración de las reuniones de las Coordinadoras de los Grados (Comercio, Turismo y Doble-Grado).
- La Coordinación entre las Comisiones de TFG de los Grados de Comercio y de Turismo, celebrándose reuniones conjuntas cuando es necesario y homogeneizando procedimientos y documentación.
- Implantación del Formulario de Coordinación para medir el Grado de Coordinación en el Grado de Comercio, especialmente en los aspectos relativos a la evaluación.
- Plan de Formación para el Profesorado con impartición de Talleres y Cursos propios de la Facultad de Comercio y Turismo.
- Vicedecanato de estudiantes. Se ha conseguido la creación de un nuevo Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria, lo que permitirá una mejor atención e implicación del alumnado.
- Se ha creado la figura de la Delegada de la decana para Prácticas Externas y Empleabilidad, lo que permite una mayor atención y seguimiento a las Prácticas en la titulación.
- Proceso de obtención de la certificación de calidad ISO 9001. En ese marco se han revisado todos los procedimientos y actualizado los registros, el análisis DAFO y los indicadores de la titulación.
- Ampliación de optativas del Doble Grado en Turismo y Comercio.
- Creación de los Talleres de Empleabilidad, para complementar las Prácticas Externas del Grado.

- Ampliación de un grupo más en el Grado (grupo F), para equilibrar el tamaño de los grupos en algunas asignaturas.
- Nuevos Convenios de colaboración con las siguientes entidades: Fundación Ciudad y Comercio con la Facultad Católica de Venezuela, Asociación de Turismo de incentivos.
- Mejoras en las infraestructuras:
    - Implantación de un sistema de *streaming* en todas las aulas.
    - Instalación de 18 puntos wifi para facilitar el uso de portátiles dentro del aula.
    - Equipamiento de portátiles para profesores.
    - 15 nuevos micrófonos y una máquina de ozono para su desinfección

| Fecha | Temas tratados | Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados |
|---|---|---|
| 9 de junio de 2021 | Informe de coordinación.<br>Medidas a tomar sobre la coordinación del Grado. | Se informa del cambio en la coordinación del Grado en Turismo y del Doble Grado.<br>Se informa del proceso de certificación ISO 9001 en que se encuentra la Facultad de Comercio y Turismo, iniciado en 2018-19.<br>Se comunica la aprobación en Junta de Facultad de una nueva adenda de prácticas externas para adaptar el programa de prácticas mediante la realización de talleres y flexibilizando los criterios de reconocimiento de experiencia profesional.<br>Se transmite el Borrador del Nuevo Marco Estratégico de Semipresencialidad para el primer semestre.<br>Se informa de la ampliación de optativas en el Doble Grado en Turismo y Comercio.<br>Se recuerda la importancia de las Guías Docentes y que tienen que ser acordes a lo establecido en la Memoria Verificada del Título tanto en el sistema de evaluación (respetando las horquillas establecidas), las competencias generales y específicas, así como los resultados de aprendizaje. |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F4 El alumnado dispone en la página web toda la información sobre el Grado y sobre los responsables de la Coordinación. | D2 Necesidad de incorporar de forma más activa al alumnado en el proceso de Coordinación. |
| F5 El alumnado dispone de la Guías Docentes con toda la información relevante de las asignaturas a cursar. | |

## 3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

En el curso 2020-2021 fueron 134 los/as profesores/as que impartieron docencia en el grado de Comercio, con el siguiente detalle:

| Categoría | Personas | % de Personas | Créditos Impartidos | % de Créditos Impartidos | Sexenios |
|---|---|---|---|---|---|
| Asociado | 70 | 52,2% | 524,30 | 49,2% | 0 |
| Asociado Interino | 12 | 9,0% | 70,90 | 6,7% | 0 |
| Ayudante Doctor | 12 | 9,0% | 67,30 | 6,3% | 0 |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 3 | 2,2% | 40,50 | 3,8% | 0 |
| Catedrático de Universidad | 2 | 1,5% | 7,00 | 0,7% | 4 |
| Contratado Doctor | 15 | 11,2% | 142,70 | 13,4% | 7 |
| Contratado Doctor Interino | 2 | 1,5% | 24,00 | 2,3% | 0 |
| Titular de Escuela Universitaria | 4 | 3,0% | 40,00 | 3,8% | 0 |
| Titular de Universidad | 13 | 9,7% | 135,90 | 12,8% | 14 |
| Titular de Universidad Interino | 1 | 0,7% | 12,00 | 1,1% | 0 |

En el Doble Grado de Turismo y Comercio fueron 100 los/as profesores/as:

| Categoría | Personas | % de Personas | Créditos Impartidos | % de Créditos Impartidos | Sexenios |
|---|---|---|---|---|---|
| Asociado | 51 | 51,0% | 154,35 | 40,1% | 0 |
| Asociado Interino | 7 | 7,0% | 25,90 | 6,7% | 0 |
| Ayudante Doctor | 11 | 11,0% | 41,00 | 10,6% | 0 |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 1 | 1,0% | 10,50 | 2,7% | 0 |
| Contratado Doctor | 13 | 13,0% | 74,25 | 19,3% | 8 |
| Contratado Doctor Interino | 2 | 2,0% | 12,00 | 3,1% | 0 |
| Titular de Escuela Universitaria | 5 | 5,0% | 33,00 | 8,6% | 0 |
| Titular de Universidad | 9 | 9,0% | 34,00 | 8,8% | 9 |
| Titular de Universidad Interino | 1 | 1,0% | 0,00 | 0,0% | 0 |

El Grado en Comercio se nutre en una medida muy significativa de profesorado que procede de otros Centros, pero tienen una especialización docente e investigadora relacionada con la Titulación. Sigue destacando el alto porcentaje de profesores asociados, situación que se arrastra en el Centro y objeto de seguimiento por el SGIC. En cualquier caso, conviene señalar que los profesores asociados están vinculados profesionalmente a los contenidos de las materias impartidas.

Haciendo una comparación con los datos del año académico anterior (2019-20) se puede observar que en tanto en el Grado de Comercio como en el Doble Grado se mantienen los porcentajes de profesorado permanente y no permanente.

En cuanto al número de profesores doctores, no se dispone de información completa de los profesores asociados no adscritos al Centro. Nuestra estimación es que los profesores doctores suponen un 55% del total del profesorado de la Titulación.

Respecto al número de sexenios de investigación, han aumentado de 25 en el año 2019-2020 a 38 en el Grado de Comercio; en el Doble Grado hay una ligera disminución 21 a 17.

Los **curricula vitae** del profesorado de la Facultad de Comercio y Turismo, con detalle de su titulación y Doctorado, puede consultarse en https://comercioyturismo.ucm.es/curriculum-profesorado.

También cabe destacar la participación y organización de múltiples actividades complementarias organizadas para el alumnado que no serían posibles sin la activa participación del profesorado. Podemos citar entre otras las siguientes:

- Impartición de 10 conferencias, en diferentes meses del año durante el curso 2020-21, de libre acceso, entre las que debe destacarse la conferencia impartida por Ramón Adillón, Coordinador de Calidad y Medio Ambiente de Paradores de Turismo, relativa a la estructura y funcionamiento de la empresa Paradores.
- Participación de la Facultad de Comercio y Turismo en FITUR (Feria Internacional del Turismo, en IFEMA), por medio de un stand en Fitur talent, impartiendo una serie de conferencias destinadas a difundir la calidad de los grados que se imparten en la Facultad, actividades desarrolladas entre los días 17 y el 23 de mayo de 2021.
- Participación de la Facultad de Comercio y Turismo en el 2nd International University Forum "Team Innovation 2019: Sustainable Development Goals, Tourism and Human Rights. Innovation and the Jobs of the future in the Camino de Santiago", celebrado entre los días 24 y 31 de octubre de 2020.
- Celebración de las Jornadas Miradas al Comercio desde la Historia del Arte, tituladas "Mercado, espacio de relación social y económica", los días 22 y 23 de marzo de 2020 en las que participaron 25 profesores como ponentes y 185 estudiantes, actividad coordinada por los profesores Nuria Recuero Virto, del Departamento de Empresas y Marketing, Ana Valtierra Lacalle y Herbert Gonzalez Zymla del Departamento de Historia del Arte de la UCM.

Los indicadores UCM (I-UCM) se obtienen por medio de encuestas de satisfacción realizadas desde el Rectorado, y los informes recogen la explotación de todas las preguntas de los cuestionarios de dichas encuestas.

| | **Grado en Comercio** | | | | | | **Doble Grado Turismo y Comercio** | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IUCM-Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid | Curso de Acreditación 2015/16 | 1º curso de seguimiento 2016/17 | 2º curso de seguimiento 2017/18 | 3º curso de seguimiento 2018/19 | 4º curso de seguimiento 2019/20 | 5º curso de seguimiento 2020/21 | 2017-18 | 2018-19 | 2019-20 | 2020/21 |
| IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente | 47,45% | 70,80% | 72,17% | 74,19% | 65,89% | 80,0% | 55,56% | 50,00% | 38,55% | 86,6% |
| IUCM-7 Tasa de evaluacion en el Programa de Evaluación Docente | 42,34% | 36,28% | 27,83% | 30,26% | 27,91% | 86,1% | 25,93% | 15,38% | 13,25% | 90,5% |
| IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado | 100% | 100% | 96,88% | 78,26% | 83,33% | 77,4% | 100,0% | 100,0% | 90,91% | 89,5% |

La participación del profesorado en el Programa de Evaluación Docente ha sido elevada tanto en el Grado en Comercio (80,0%) como en el Doble-Grado (86,6%), y sensiblemente mayor a la del año anterior. La tasa de evaluaciones positivas sigue siendo alta (77,4% para Comercio y 89,5% para el Doble Grado) si bien disminuye respecto al año anterior.

Asimismo, ha sido destacable la participación en numerosos **proyectos de Innovación y Mejora tanto de la Docencia como de la Calidad** de las titulaciones, muchos de ellos interdisciplinares y en colaboración con profesores de otras Facultades y Titulaciones. Los proyectos propios del Centro pueden consultarse en https://comercioyturismo.ucm.es/proyectos-de-innovacion-docente-y-calidad-de-la-facultad.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F6 Alto porcentaje de participación del profesorado en programas de evaluación. | D3 Alto porcentaje de profesores/as no permanentes. |
| F7 Alto porcentaje de profesores/as con evaluaciones positivas. | |

## 4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

El análisis del funcionamiento del sistema de quejas y sugerencias debe contemplarse dentro de la estructura del SGIC descrito en el apartado 1. Las quejas y sugerencias se transmiten por la comunicación directa de los representantes y miembros de los distintos colectivos incluidos en la estructura del SGIC.

El sistema de quejas y sugerencias se canaliza a través de tres vías:

- Las reclamaciones por escrito presentadas en la Secretaría de Alumnos o a través del Servicio de Registro.
- El sistema electrónico de buzón de quejas y sugerencias en la página web del Grado y del Centro.
- La comunicación directa por otras vías (principalmente con el Equipo Decanal).

Se ha efectuado un análisis conjunto del total de quejas recibidas y su conexión con la mejora de calidad de la titulación. Según información disponible en el Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria, durante el curso 2020/2021, se han recibido en la Facultad de Comercio y Turismo un total de 43 incidencias relacionadas con reclamaciones, quejas y sugerencias formalizadas por estudiantes. Estas incidencias se han recibido mediante instancia en registro o formulario de sugerencias y quejas habilitado en la web y presentado en la Facultad de Comercio y Turismo, salvo una queja que se recibió según instancia presentada ante el Vicerrectorado de Estudiantes. Adicionalmente, se han recibido escritos por correo electrónico dirigidos a diferentes miembros del equipo decanal, procedentes de delegados/as de curso, representantes de la Delegación de Estudiantes y estudiantes que han remitido sus quejas o sugerencias por escrito de manera individual. También se han recogido las quejas o sugerencias expresadas verbalmente. En este sentido, prevalece la vía on line como principal canal de recepción de incidencias.

Entre las incidencias formalizadas en registro o formulario de sugerencias y quejas, el 2,5% corresponden al Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras, el 2,5% corresponden al Máster de planificación y gestión de destinos turísticos, el 5% de las incidencias corresponden al Doble Grado en Comercio y Turismo, el 40% corresponden al Grado en Comercio, el 42,5 %

corresponden al Grado en Turismo y el 7,5% no corresponden a ninguna titulación específica dado que son quejas formuladas en abstracto.

De manera mayoritaria estas incidencias, tanto las recibidas por los canales formales como por correo electrónico, han tenido como motivo principal las no conformidades con calificaciones obtenidas en pruebas de evaluación o con el sistema de evaluación. De manera puntual se han registrado incidencias relacionadas con ausencia no comunicada de profesorado, normalmente derivada de no haber sido resueltas algunas convocatorias de empleo público en plazos que permitieran la incorporación del profesorado en su puesto docente, aspectos relacionados con la comunicación profesorado-alumnado, plazos de publicación de calificaciones y posible percepción de trato inadecuado entre estudiantes y profesorado.

Estas incidencias han sido resueltas mediante contestación y/o acciones por parte del organismo competente de resolución. En unos casos, desde la Facultad se ha realizado una labor de investigación y mediación por parte del equipo decanal entre las personas afectadas. En otros casos, como los relacionados con calificaciones obtenidas en pruebas de evaluación, ha sido precis a la intervención de las Comisiones de Revisión de Exámenes (Reclamaciones) de los Departamentos correspondientes. Las incidencias relacionadas con la adaptación de la docencia durante la crisis sanitaria han motivado acciones como la puesta en marcha de equipos y actividades de apoyo al profesorado para la adaptación a la docencia on line y semipresencial acordes con el Marco estratégico para la organización de la docencia y con las modificaciones que se introdujeron a medida que las situaciones iban cambiando, así como la emisión de comunicados informativos y aclaratorios de la Decana dirigidos a la comunidad universitaria de la Facultad durante el curso 20-21.

Se anexa tabla resumen de quejas y sugerencias.

***Tabla resumen de incidencias formalizadas por titulación (instancias y formulario de sugerencias y quejas):***

| Fecha | Titulación | Categorización | Sexo | Vía |
|---|---|---|---|---|
| 05/10/2020 | Doble Grado en Turismo y Comercio | Problemas con Campus Virtual y *streaming* / Falta profesor asignado | Mujer | Instancia a la Decana (online) |
| 15/10/2020 | Grado en Comercio | Ausencia de profesor no comunicada | Hombre | Instancia a la Decana (online) |
| 16/10/2020 | n.d | Problemas clases *streaming* | Mujer | Formulario de Sugerencias y Quejas – UCM |
| 13/01/2021 | Grados | Modalidad de pruebas de evaluación 1er semestre | | |
| 08/02/2021 | Grado en Comercio | Problema Modificación de horarios | Mujer | Formulario de Sugerencias y Quejas – FCyT |
| 21/03/2021 | Grado en Comercio | Profesor no incorporado (demora provisión de plaza) | Hombre | Correo electrónico |
| 11/06/2021 | Grado en Comercio | Evaluación *on line* o presencial | Hombre | Correo electrónico e Instancia |
| | Grado en Comercio | Modalidad de examen | Mujer | Correo electrónico |
| 30/06/2021 | Grado en Comercio | Disconformidad calificación | Mujer | Correo electrónico |
| 02/07/2021 | Grado en Comercio | Anulación de matrícula y repercusión económica | Mujer | Correo electrónico |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 05/07/2021 | Grado en Comercio | Revisión de exámenes | Hombre | Correo electrónico |
| 12/07/2021 | Grado en Comercio | Examen | Mujer | Correo electrónico |
| 13/07/2021 | Grado en Comercio | Revisión de Examen | Hombre | Correo electrónico |
| 14/07/2021 | Grado en Comercio | Examen | Mujer | Correo electrónico |
| 16/07/2021 | Grado en Comercio | Examen | Hombre | Correo electrónico |
| 19/07/2021 | Doble Grado en Turismo y Comercio | Disconformidad calificación | hombre | Correo electrónico e instancia |
| 23/07/2021 | Grado en Comercio | Disconformidad calificación | hombre | Correo electrónico |
| 23/07/2021 | Grado en Comercio | Disconformidad calificación | mujer | Correo electrónico |
| 28/07/2021 | No consta | Disconformidad calificación | Mujer | Correo electrónico |
| 29/07/2021 | Grado en Comercio | Examen | Mujer | Correo electrónico |
| 29/07/2021 | Grado en Comercio | Disconformidad calificación | Hombre | Correo electrónico |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F8 El sistema de quejas y sugerencias está implantado en el Grado y es de fácil acceso a través de la página web y de otras vías complementarias. | |

## 5. INDICADORES DE RESULTADO

### ***5.1 Indicadores académicos y análisis de estos***

Se han calculado los indicadores cuantitativos establecidos en el Sistema Interno de Garantía de Calidad, que permiten analizar, entre otros, el cumplimiento o desviación de los objetivos formativos y resultados de aprendizaje.

**INDICADORES DE RESULTADOS**

| | | Grado en Comercio | | | | | Doble Grado Turismo y Comercio | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| *ICM-Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM-Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid | Curso auto-informe acreditación 2015/16 | 1º curso acreditación 2016/17 | 2º curso acreditación 2017/18 | 3º curso de acreditación 2018/19 | 4º curso de acreditación 2019/20 | 5º curso de acreditación 2020/21 | 2017-18 | 2018-19 | 2019-20 | 2020-21 |
| ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas | 280 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso | 283 | 238 | 218 | 253 | 217 | 250 | 53 | 50 | 52 | 49 |
| ICM-3 Porcentaje de cobertura | 101,07% | 99,17% | 92,92% | 105,42 % | 90,42% | 104,17 % | 106,00% | 100% | 104% | 98% |
| ICM-4 Tasa de rendimiento | 75,5% | 75,06% | 72,87% | 67,89% | 80,74% | 84,02% | 89,71% | 85,30% | 93,76% | 93,78% |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **del título** | | | | | | | | | | |
| **ICM-5 Tasa de abandono-del título** | **22,66%** | **22,78%** | **20,87%** | **25,61%** | **26,05%** | **26,77%** | -- | -- | -- | No disponible |
| **ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados** | **81,6%** | **82,05%** | **82,57%** | **82,82%** | **82,79%** | **78,95%** | -- | -- | -- | **96,27%** |
| **ICM-8 Tasa de graduación** | **47,3%** | **41,55%** | **54,87%** | **46,18%** | **46,72%** | **49,54%** | | -- | -- | No disponible |
| **IUCM-1 Tasa de éxito** | **82,63%** | **82,54%** | **81,84%** | **77,69%** | **88,42%** | **89,87%** | **91,00%** | **89,29%** | **96,82%** | **95,29%** |
| **IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción** | **102,14%** | **145%** | **136,25 %** | **92,08%** | **96,25%** | **95,42%** | **274,00%** | **182,00%** | **124,00%** | **118,00%** |
| **IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones** | **420%** | **489,17 %** | **434,58 %** | **372,50 %** | **422,50%** | **410,00 %** | **1530,00%** | **1018,00%** | **934%** | **972%** |
| **IUCM-4 Tasa de adecuación del grado** | **69,96%** | **63,56%** | **62,84%** | **56,13%** | **62,67%** | **48%** | **93,34%** | **76,00%** | **80,77%** | **42,86%** |
| **IUCM-16 Tasa de evaluación del título** | **91,38%** | **90,95%** | **89,04%** | **87,38%** | **91,32%** | **93,48%** | **98,58%** | **95,54%** | **96,83%** | **98,42%** |

A continuación, se realiza un análisis de los resultados del Grado y Doble-Grado, así como una comparativa de ambos. Las plazas de nuevo ingreso ofertadas se han mantenido. El porcentaje de cobertura ha aumentado en el Grado de Comercio (104,17%), y ha disminuido al 98% para el Doble Grado. La consideración conjunta de los indicadores de porcentaje de cobertura, tasa de adecuación del grado, tasa de demanda en primera opción y tasa de demanda en segunda y sucesivas opciones permite ratificar la aceptación de la titulación por parte de los estudiantes. El análisis conjunto de estos indicadores y de su evolución para las dos titulaciones nos permite concluir que existe una demanda adecuada de estos estudios, coherente con la oferta planteada por el Centro y la Universidad Complutense.

Respecto a los indicadores de resultados académicos del Grado en Comercio (para el Doble Grado aún no se dispone de datos completos) se mantiene la tasa de abandono del título y se incrementa ligeramente la tasa de graduación. La tasa de eficiencia de los egresados disminuye respecto a los años anteriores, alcanzando su valor más bajo de todo el periodo considerado. Este dato contrasta con el aumento de la tasa de rendimiento y la tasa de éxito.

La tasa de rendimiento del título aumenta desde el año académico 2015-16, con una bajada en el 2018-19 y una importante subida en 2019-20, subida que se mantiene en el 2020-21.

La tasa de éxito aumenta desde el 2019-20 respecto al mal dato del 2018-19, y todo ello a pesar de la situación anómala de la pandemia. Entendemos que los esfuerzos en la mejora de coordinación de la titulación pueden explicar esa evolución y que el aumento sostenido de las tasas de éxito y rendimiento se reflejará en un aumento de la tasa de eficiencia de los egresados en los próximos cursos y así corregir esa caída en esa tasa para las próximas cohortes.

La tasa de éxito aumenta en Comercio y disminuye en el Doble Grado, con lo que se aproximan respecto a la diferencia del año anterior.

La tasa de rendimiento del título se mantiene en el Doble Grado y aumenta ligeramente en el de Comercio. La tasa de evaluación del título se incrementa en ambas titulaciones y la tasa de adecuación del grado disminuye de forma importante en ambas titulaciones, lo que debe ser revisado.

En un análisis comparativo de los datos del Grado en Comercio y los del Doble Grado en Turismo y Comercio, , en general se observa una tendencia similar en su evolución, apreciándose además cierta convergencia en algunos indicadores como es la tasa de éxito y en las de rendimiento, si bien se mantiene más altas para el Doble Grado.

La información detallada por asignaturas **ICMRA-2** (se incorpora como **anexo**) es un instrumento valiosísimo tanto para analizar los resultados y facilitar el seguimiento de la titulación por la Comisión de Calidad como para para facilitar la Coordinación. A continuación, se presenta una tabla resumen comparativa del Grado y Doble Grado para el año académico 2020-21.

Resumen de Resultados en las Asignaturas Curso Académico: 2020-21. Plan de Estudios: GRADO EN COMERCIO (0831) y Plan de Estudios DOBLE GRADO TURISMO-COMERCIO (DT12)

| Datos medios por asignatura | Matriculados | | 1ª matricula | | 2ª Matrícula y sucesivas | | Aprobados/ Matriculados | | Aprobados/ Presentados | | No Presentados /Presentados | | Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2019-20 | 2020-21 | 2019-20 | 2020-21 | 2019-20 | 2020-21 | 2019-20 | 2020-21 | 2019-20 | 2020-21 | 2019-20 | 2020-21 | 2019-20 | 2020-21 |
| Grado en Comercio (0831) | 176,5 | 174,9 | 134,7 | 147,9 | 41,7 | 27,0 | 84,7% | 85,9% | 91,4% | 90,7% | 7,6% | 7,0% | 86,5 % | 87,0 % |
| Doble Grado Turismo-Comercio (DT12) | 39,8 | 42,0 | 38,0 | 40,0 | 1,8 | 2,0 | 93,8% | 96,1% | 97,1% | 97,4% | 3,45% | 1,3% | 94,1 % | 96,2 % |

Los datos por asignatura obtenidos en el año 2020-21 no presentan grandes variaciones respecto al año anterior, cómo puede observarse en la tabla.

El porcentaje medio de aprobados sobre alumnos matriculados por asignatura es de 85,9% para el Grado en Comercio y de 96,1% para el Doble Grado. Asimismo, el porcentaje de Aprobados sobre los alumnos presentados es también mayor para el Doble Grado, que obtiene un 97,4% frente al 90,7% del Grado en Comercio. Para ambas titulaciones se consideran los resultados adecuados. En cuanto al porcentaje de No presentados sobre alumnos presentados ha sido de un 7,0% para el Grado en Comercio y de 1,3% para el Doble-Grado.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F9 El análisis de indicadores de demanda y su evolución para la titulación nos permite concluir que existe una demanda adecuada de estos estudios, coherente con la oferta planteada por el Centro | |

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

De acuerdo con lo establecido en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de las Titulaciones de la UCM es preciso conocer periódicamente la opinión de los diferentes actores implicados en el desarrollo de los Títulos Oficiales.

| | Grado en Comercio | | | | | | Doble Grado Turismo y Comercio 2017-18 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IUCM-Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid | Curso auto-informe acreditación 2015/16 | 1º curso acreditación 2016/17 | 2º curso acreditación 2017/18 | 3º curso de acreditación 2018-19 | 4º curso de acreditación 2019-20 | 5º curso de acreditación 2020-21 | 2018-19 | 2019-20 | 2020-21 |
| IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título | 6,2 | 6,23 | 5,7 | 5,4 | 5,75 | 5,6 | 6,5 | 6,96 | 6,1 |
| IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título | 8,78 | 8,1 | 8,7 | 7,4 | 8,48 | 8,6 | 8,1 | 8,78 | 8,7 |
| IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro | 7,5 | 7,14 | 7,7 | - | 8 | 6,5 | - | 8 | 6,5 |

El total de alumnos encuestados en el Grado de Comercio ha sido de 115, lo que supone un porcentaje de participación del 11,1%, siendo sensiblemente más baja que la del año anterior (18,08%). El porcentaje de mujeres ha sido del 61,7% y el de hombres por tanto del 38,3%.

Esta caída pueda ser debida a la relativa desconexión de los estudiantes por razón de la semi-presencialidad y el que dicha circunstancia haya dificultado el fomento de la participación del alumnado.

Los alumnos encuestados en el Doble Grado de Turismo y Comercio han sido 43, lo que supone un porcentaje de participación del 19,8%, y una disminución sobre el año anterior (29,78%). El 69,8% han sido mujeres.

La satisfacción del alumnado con el Grado en Comercio ha sido de 5,6 lo que supone un ligero descenso respecto al año anterior (5,75), e inferior a la media de satisfacción con la titulación del total de alumnos en la UCM (6,2). Los aspectos mejor valorados por el alumnado son la satisfacción con los programas de movilidad (8,4), las prácticas externas (7,4), el nivel de dificultad adecuado (6,4), el valor formativo (6,1) y el número de alumnos por aula (6,1). Los aspectos peor valorados son el contenido innovador (3,9), la consideración de poco innovadores de los materiales (4,2) ofrecidos en la titulación, el acceso al mundo de la investigación (4,2) y el componente práctico adecuado (4,4).

Haciendo un una comparativa de ambas titulaciones podemos concluir que la participación en y la satisfacción ha sido mayor en el Doble Grado, si bien en ambas titulaciones se aprecia la misma tendencia: una ligera disminución en la satisfacción y bajada en la participación, lo que puede ser explicado por el sistema de semi-presencialidad.

En cuanto a profesorado, han participado 15 profesores (de un total de 134) del Grado en Comercio han participado en las encuestas de satisfacción y 7 (de un total de 100) del Doble Grado. La satisfacción en el Grado en Comercio se ha incrementado ligeramente y se mantiene la del Doble-Grado, siendo ambas superior a la media de la satisfacción con la titulación de los profesores de la UCM. No hay gran diferencia entre ambas.

Las encuestas de satisfacción del personal de Administración y Servicios (PAS) no incorpora distinción por titulaciones, dado que se presta servicio de forma conjunta a todas ellas. Han sido 2 personas las participantes (frente a las 7 del año anterior) lo que ha supuesto un porcentaje de participación del 7,1%, siendo su satisfacción con el trabajo de 6,5, inferior a la del año anterior e inferior a la media en la UCM (7,7). Es de destacar la baja participación en términos absolutos de este colectivo.

Los Agentes Externos miembros de las Comisiones de Calidad, son considerados un elemento importante para la calidad y mejora continua de las Titulaciones, por su aportación como personal externo a la Universidad, por lo que es imprescindible la realización anual de una encuesta de satisfacción para conocer la percepción de éstos acerca de la labor desempeñada.

Respecto a los agentes externos, el centro cuenta con dos miembros de la Comisión de Calidad, uno representando al área de Comercio y otro en representación de Turismo dado sus perfiles profesionales. Durante el curso 2020-21 se recibió la respuesta de uno de los dos agentes externos, siendo su satisfacción de 8 sobre 10.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F10 La satisfacción y compromiso del profesorado es elevado. | D4 En las encuestas de satisfacción se aprecia una baja participación |

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

Las encuestas sobre inserción laboral son gestionadas por el Rectorado y ofrecen información de los egresados para conocer su grado de satisfacción con diferentes servicios de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Dos años después de que salgan los primeros titulados de grado se realizan dichas encuestas con la participación de la Oficina para la Calidad, para conocer el nivel de inserción laboral de las distintas titulaciones y, también, la satisfacción con la formación recibida en la titulación de cara a la incorporación o proyección en el mercado laboral. Dicha iniciativa tiene poca repercusión en los egresados, pues se envía a cuentas de correo de la universidad que no tienen por qué ser consultadas por el alumnado dos años después de su graduación. Esto se traduce en una bajísima participación y en la necesidad de estudiar la posibilidad de un sistema interno de encuestas a egresados.

Las Encuestas de Satisfacción de Egresados del Rectorado del curso 2020-2021 han sido contestadas por 3 graduados del Grado en Comercio, lo que suponen un 1,5% de porcentaje de participación, por lo que no se considera representativos los resultados. No se dispone de datos para el Doble Grado. Tampoco desde el Rectorado se ha obtenido datos sobre la inserción laboral de los egresados.

Desde la Facultad de Comercio y Turismo se comenzó a implantar un procedimiento para conocer el grado de satisfacción de los egresados tras la finalización de los estudios en el año

2019 si bien dicho proyecto tuvo que abandonarse por motivos de normativa de protección de datos. En la actualidad se está trabajando en un sistema para recabar datos de inserción de egresados si bien aun no hay datos disponibles.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| | D5 Baja participación en las encuestas a egresados. |

### *5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.*

En lo relativo a los programas de movilidad, las titulaciones de la Facultad de Comercio y Turismo están integradas en el contexto general de la UCM. Los programas de movilidad del Grado en Comercio empezaron a desarrollarse con regularidad durante el curso 2012-13. Son objeto de convocatorias públicas, predeterminadas desde los Vicerrectorados respectivos, y son comunes para toda la universidad. La Facultad de Comercio y Turismo no tiene programas propios. Se gestionan desde la Oficina de Movilidad de la Facultad y son objeto de seguimiento y evaluación por parte de la Comisión de Movilidad.

La movilidad no es una actividad obligatoria dentro del Plan de Estudios del Grado, pero constituye una herramienta formativa sumamente importante para aquellos alumnos que optan por participar en alguno de los programas de movilidad.

Las actividades de la Oficina se desarrollan fundamentalmente en torno a cuatro ejes de movilidad: Erasmus, Erasmus Prácticas, Séneca-Sicue y Maui/Utrecht. De estos cuatro programas, el principal es el programa Erasmus y fue el único desarrollado durante el curso 2020-21 en el Grado de Comercio.

En todos los casos, los estudios o las prácticas formativas realizadas en el marco de estos programas suponen un total reconocimiento de éstas en sus respectivos expedientes académicos, pero aún más, para un gran porcentaje de alumnos estos estudios/prácticas son también convalidables por aquellos que, de acuerdo con su plan de estudios, deberían haber realizado dentro de nuestra facultad, a través del correspondiente reconocimiento.

Los procedimientos de selección de estudiantes para cada periodo de movilidad están regulados por el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la UCM. Todos los procesos están pautados y son verificables en cada uno de sus pasos de tal manera que la gestión de cada proceso y para cada uno de los participantes resulte idéntica, predecible y en consecuencia confiable.

Tal y como prevé la normativa vigente, el expediente de cada uno de los usuarios es constantemente accesible para la comprobación de que se han realizado todos los pasos previstos por la universidad en la gestión de sus expedientes. Para ello, nuestros beneficiarios pueden verificar su expediente solo con solicitarlo a la oficina de movilidad y el acceso es inmediato.

Aunque la información relativa a la movilidad se presta por varias vías, como estrategia de calidad se intenta derivar a los usuarios a la información escrita y publicada en la página web, a fin de minimizar el riesgo de malas interpretaciones o de suposiciones infundadas, propias de la comunicación oral.

Para consultas puntuales y que el usuario no ha encontrado en los medios online, se trata siempre de promover las consultas mediante correo electrónico, de tal manera que el usuario y los responsables de movilidad de la facultad puedan guardar constancia tanto de los términos de la consulta realizada como de la respuesta recibida.

Con el objetivo de mejorar la transparencia, se ha aprobado por la Junta de Facultad, y posteriormente publicado en nuestra web, una normativa relativa al principal programa de movilidad, el programa Erasmus. De esa forma se puede saber en cada momento qué normativa es de aplicación y así obtener respuesta a cualquier duda que pueda surgir relativa a la gestión de los expedientes y del proceso de reconocimiento de estudios. Todas las convocatorias de movilidad específicas son publicadas en la web de la facultad y publicitadas a través de las redes sociales.

Tanto para la resolución de expedientes de convalidación, como para resolver cualquier asunto no contemplado en la normativa, la Facultad ha constituido una Comisión de Programas de Movilidad encargada de resolver estos asuntos. La toma de decisiones en esta Comisión está prevista como instrumento de garantía para nuestros usuarios, previniendo la toma de decisiones unipersonales y la arbitrariedad que ello pudiera suponer.

Inmediatamente después de la publicación de la convocatoria del programa Erasmus, la Oficina de Movilidad convoca a nuestros alumnos a una reunión informativa en la que se presenta el programa, se informa sobre el proceso de solicitud y de concesión y se resuelven todas las dudas respecto de la conveniencia e idoneidad del programa para cada uno de nuestros alumnos. Tras la adjudicación de las plazas disponibles, se convoca en segunda reunión para explicar a los estudiantes cómo se han de realizar todos los trámites relativos a su estancia Erasmus.

Estos programas son objeto de seguimiento y evaluación con el fin de lograr la mejora continua. La información es recogida, analizada y valorada según se detalla a continuación:

- Informes individuales de los estudiantes que hayan participado en los programas de movilidad en los que se especifiquen los siguientes parámetros: a) Grado de adecuación de la actividad respecto a las previsiones ofertadas por el programa, b) Grado de satisfacción de los estudiantes remitidos y acogidos por la titulación o programa c) Grado de satisfacción respecto a la gestión de la actividad por parte del programa.

- Informes de los coordinadores o responsables de dichos programas en los que se especifiquen los siguientes parámetros: a) Tasa de eficacia de los programas de movilidad (relación plazas ofertadas/plazas cubiertas); b) Tasa de intercambio de las universidades de destino (relación estudiantes acogidos/estudiantes remitidos); c) Grado de cumplimiento de las actuaciones previstas en los programas de movilidad; d) Propuestas de mejora de las actuaciones de los programas de movilidad.

El control de calidad que se ejerce sobre las mismas se apoya en el constante contacto tanto con los alumnos como con los coordinadores de las universidades socias y en las encuestas que, con carácter general, se realizan desde la oficina de relaciones internacionales.

En el marco del programa Erasmus, en el curso 2020-2021 la Facultad de Comercio y Turismo recibió a 72 estudiantes de Grado (9 más que el año anterior). A su vez un total de 51 estudiantes de Grado estudiaron en alguno de los centros universitarios con los que tenemos convenio (15 menos que el año anterior), pertenecientes a 17 países, de los cuales 18 eran estudiantes del Grado en Comercio y 2 del Doble-Grado.

La encuesta sobre satisfacción de los estudios realizados en el extranjero correspondiente al curso 2020-21 fue cumplimentada por 29 de un total de 51 alumnos de la Facultad de Comercio y Turismo.

El 96,55% de los alumnos encuestados están satisfechos con su experiencia de movilidad y consideran que consiguieron completar satisfactoriamente todos los componentes educativos en la institución de acogida. El 58,62% se manifiesta muy satisfecho.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F11 Alta satisfacción de alumnos en programas de movilidad. | |
| F12 Gestión administrativa de los programas de movilidad. | |

### *5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.*

Las prácticas en empresas en el Grado en Comercio se configuran como una asignatura obligatoria de cuarto curso, segundo semestre, con una carga lectiva de 12 créditos. En el marco de equivalencia establecido por la facultad, esto supone que el alumno debe realizar al menos 300 horas de prácticas tuteladas en una empresa que tenga suscrito el correspondiente convenio con la Universidad.

La gestión administrativa de las prácticas se realiza en la Oficina de Prácticas de la Facultad, a través de la aplicación informática GIPE que permite la gestión telemática integral de las mismas y que opera bajo la tutela de la Delegado/a de la Decana para emprendimiento, prácticas externas y empleabilidad.

A su vez, como apoyo institucional, dentro de la facultad existe una Comisión de Prácticas en empresas, formada por profesores con docencia en el centro, cuyas funciones están delimitadas en la Guía de prácticas. Aunque esta Comisión no es delegada de Junta de Facultad, se informa puntualmente a este órgano tanto de su composición como de sus acuerdos.

La Oficina de Prácticas se ocupa de todas las fases del procedimiento de gestión de las prácticas de los estudiantes. Entre otras funciones realiza las siguientes:

- 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 web.
- Coordinación con el COIE para todas aquellas ofertas que se gestionan a través de dicho organismo.
- Atención personalizada al estudiante en horario prefijado.
- Coordinación con los profesores tutores de prácticas.
- Gestión de expedientes y calificaciones.

La página web constituye el principal punto de información para el estudiante de la Facultad de Comercio y Turismo. Adicionalmente, al principio del curso académico, la Facultad organiza una reunión informativa sobre prácticas en empresas dirigida a los estudiantes de cuarto curso, donde se informa de los procedimientos de gestión y distintas posibilidades que tienen de convalidación de la asignatura. Todos los alumnos están bajo la tutela de un profesor/a del centro y de una persona responsable de su formación en la empresa. El tutor/a del centro mantiene como mínimo dos entrevistas con el alumno, una al comienzo y otra al finalizar las prácticas. El alumno está obligado a presentar una memoria en la que debe reseñar su valoración personal de la práctica, de la atención recibida por parte del tutor y de la relación entre el contenido de la práctica y los estudios cursados. A su vez el tutor de la empresa elabora un informe que recoge la valoración de la labor desempeñada por el alumno.

El seguimiento y evaluación de las prácticas externas se realiza:

- A través de cuestionarios a los estudiantes: grado de satisfacción de los estudiantes que realicen la práctica, grado de adecuación de la actividad respecto a las previsiones ofertadas por el programa y grado de satisfacción respecto a la gestión de la actividad.

- A través del informe de los tutores internos y externos de las prácticas donde se especifiquen: a) el grado de cumplimiento de las actuaciones previstas en las prácticas externas b) las propuestas de mejora de las actuaciones de las prácticas externas.

La Comisión de Calidad de la Facultad analiza los resultados y propone las medidas de revisión y mejora necesarias para conseguir los objetivos previstos y, en su caso, su mejora continua del plan de estudios de la titulación. Asimismo, esta información se remitirá a la Junta de Centro que adoptará las medidas necesarias para su ejecución.

Durante el curso 2020-21 el alumnado del Grado en Comercio realizó 142 prácticas curriculares frente a las 87 efectuadas en el año académico anterior que fueron muy reducidas en número con motivo de la situación de pandemia.

Como mejora importante desde el año académico 2016-17 se han implementado la realización de encuestas de calidad, tanto dirigidas a las empresas como a los estudiantes que realizan las prácticas curriculares y que por tanto son objeto de seguimiento al tratarse una formación importante para los alumnos del Grado.

La evaluación final de los estudiantes de Comercio ha sido muy positiva tanto en los aspectos docentes relacionados con la formación recibida en el Grado como en el desarrollo de la práctica en sí. Han sido encuestados 141 alumnos (de un total de 142). Los alumnos encuestados consideran que las prácticas son un complemento necesario en su formación (un 75,89% puntúa con un 5 sobre 5 ese aspecto).

Para un 80,85% la acogida por parte de la empresa/institución ha sido adecuada, siendo valorada con un 5 sobre 5.

Un 78,01% de los alumnos se considera muy satisfecho con las prácticas realizadas. Eso se corresponde también con una valoración positiva por parte de las empresas empleadoras, así de los 142 tutores en las empresas encuestados un 88,03% se muestran muy satisfechos.

El alumnado es muy valorado por las empresas tanto en capacidad técnica como en capacidad de aprendizaje. Un 77,46% de las empresas se han planteado la posibilidad de contratar al estudiante una vez finalizado el periodo de prácticas. En los casos en que el estudiante no ha sido contratado el 96.48% tendrá su candidatura en cuenta para futuros procesos de selección.

Los convenios de prácticas se suscriben con toda la Universidad y para todas las titulaciones, si bien las empresas, en un momento determinado, tienen la posibilidad de seleccionar estudiantes matriculados en cualquier Grado. Suele ser habitual que las empresas establezcan contacto con el Centro si desea alumnos del Grado en Comercio o del Doble-Grado y es la Oficina de Prácticas quien gestiona y realiza la propuesta para establecer el Convenio de Cooperación Educativa con la UCM. Fueron 97 las empresas/instituciones que publicaron ofertas para el Grado de Comercio y 19 para el Doble Grado.

**Tabla con Empresas/instituciones que publicaron ofertas de Prácticas para el Grado en Comercio:**

| | |
|---|---|
| Abaco Digital Developments, S.L. | Loyal House SL |
| Aguas de Ceuta, Empresa Municipal, S.A. | Lucía Fuertes González |
| Aigotech Onsynk, S.L. | Lucía Muñoz Asesores, S.L. |
| Aldisleco S.L. | Mercavia Retamar, S.L. |
| Ambientario, S.L. | Mint Global Marketing, S.L. |
| Amway Iberia S.A. | Mobiliario Mayorga, S.L. |
| Apta Solutions & Partners, S.L. | Motor 2002, S.A. |

| | |
|---|---|
| Aromaiberica Serrana, S.L. | Motor ARI S.A. |
| Arrow Enterprise Computing Solutions, S.A.U. | Nanjing Young West Study Abroad Service Co.,Ltd |
| Avansis Integración, S.L. | Nemica Consultores, S.L. |
| Avatel Telecom, S.L. | Nieves Moreno Abogados, S.L. |
| Befever Spain, S.L. | NP-Sys S.L |
| Best Career Butler, S.L. | Ñ Consultoría Educativa China España, S.L. |
| Beyond Teal, S.L. | Ocaso, S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros |
| Bodegas y Viñedos Alilian, S.L. | Ontex Peninsular, S.A. |
| BORNEO Real Estate S.L. | OPER-Traimer, S.A. |
| Box2box, S.L. | Orpea Ibérica, S.A.U. |
| Boxnox, S.L. | Paco Pastel, S.L. |
| Cil Marketing Directo S.L. | Padeco Global, S.L. |
| Cimodin S.L. | Pemebla, S.L. |
| Colegio Mayor de la Casa do Brasil | Pidezumo, S.L. |
| Devoture Innovation, S.L. | Recapol S.A. |
| Digisanse, S.L. | Rural Rentals, S.L. |
| Directivos de Capital Humano | Sabir Consulting, Nishat Sabir Freiberufler |
| EasyMode Concept, S.L. | Saldum Ventures, S.L. |
| Ecommerce Technical Partner, S.L. | Samuel Acera Lucas |
| Electrónica Teliar, S.L. | SanheTours, S.L. |
| Enjoy Mandarín, S.L. | Seguridad Estudios Formación, S.L. |
| Erhardt Transitarios, S.L. | Sinages Consulting, S.L. |
| Everis Spain, S.L.U. | Sisi Zhan |
| Filippo Riccardi | Sitelicon Web Projects, S.L. |
| Flymobile Programatica y Publicidad, S.L. | SkinDevelop, S.L. |
| Froggies Producciones, S.L. | Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. |
| Gastronet Solutions, S.L. | Suministros Médicos Sanitarios, S.A. |
| Grupo Asia Finance, S.L. | Taobao Europea, S.L. |
| Grupo Empresarial RACE, S.L. | Telefónica Móviles España, S.A.U. |
| GT-Medical, S.L. | TFL Consultoría y Proyectos de Ocio, S.L. |
| H91 Investments, S.L. | The Class Yoga, S.L. |
| Havas Media Group Spain S.A.U. | Thrive Trading & Service, S.L. |
| Heroic Walker, S.L. | Unimik S.L. |
| Hidrohenares S.L. | Vasomadrid, S.L. |
| Higiene & Service Solution, S.L | Vetefip, S.L. |
| Inse Rail, S.L. | Vidoomy Media SL |
| ITRADEIT E.S.P.J. | Viewnext, S.A. |
| Jesús Ávila Paniagua | Vizgar Shoes, S.L |
| Jiu Yue Educación, S.L. | Volkswagen Renting, S.A. |
| Kaki Global, S.L. | World Talent Advertising And Communications, S.L.U. |
| Kaytrip Spain, S.L. | Yue Jia, S.L. |
| Kuehne & Nagel, S.L. | |

**Tabla con Empresas/instituciones que publicaron ofertas de Prácticas para el Doble Grado en Turismo y Comercio:**

| | |
|---|---|
| 21 Gramos Marketing de Peso, S.L. | Funcargo, S.L. |
| Acadef Fútbol, S.L. | Haike Marketing, S.L. |
| ALC Trabajos Integrales en Rehabilitación, S.L. | Mac Guffin, S.L. |
| Arpada, S.A. | Mat Star Ltd |
| Asesgap, S.L. | País Bonito, S.L. |
| Avansis Integración, S.L. | Paradores de Turismo de España, S.M.E., S.A. |
| Cámara Oficial de Comercio Industria, Servicios y Navegación de Fuerteventura | Sonsoles Solís Pintor |
| Digisanse, S.L. | Zazu Visual Art Decor, S.L. |
| Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados | Zhumeng International Education, S.L. |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F13 Alta satisfacción de alumnos de prácticas externas. | |
| F14 Gestión transparente y eficaz del programa de prácticas. | |

## 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 del Título, realizado por la Agencia externa.***

No procede.

***6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las Advertencias y las Recomendaciones 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.***

En el último informe de Seguimiento del Título, correspondiente al curso 2019-2020, se incluyeron una serie de recomendaciones. Se han llevado a cabo las siguientes acciones:

- Se ha modificado la información disponible en la página web GEA del título incorporando información actualizada.
- Se ha mejorado la accesibilidad de la información ubicada en la página web de la facultad enlazándola en la página web propia de la titulación.
- Se ha actualizado en la web la siguiente categoría de información: Sistema de Garantía de Calidad en el ítem Mejoras implantadas como consecuencia del despliegue del SGIC.

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

Durante el año académico 2020-21 se llevaron las siguientes acciones como parte del Plan de Mejoras propuesto para la titulación:

Como continuación con las acciones emprendidas en pro de la participación y atención del alumnado se han creado un Vicedecanato específico de Estudiantes, lo que ha supuesto una mejora en la atención también de las quejas y sugerencias.

Se ha implantado un mecanismo interno para el seguimiento y obtención de información sobre el avance en la coordinación del Grado.

Se mantiene el seguimiento y análisis de la estructura del profesorado de la titulación y de la participación en el Programa de Evaluación Docentia.

***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.***

En el curso 2016-2017, la Fundación para el Conocimiento Madri+d procedió a evaluar la propuesta de acreditación de nuestro título, emitiendo INFORME FAVORABLE. En el informe final emitido con fecha de 21 de diciembre de 2017, se recogían un conjunto de modificaciones necesarias y de recomendaciones. En la memoria de seguimiento del curso 2017-18 se ofrece con detalle el proceso a la puesta en marcha de las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de la Renovación de la Acreditación del Grado en comercio, realizado por la Fundación para el Conocimiento Madri+d para la mejora del título. La valoración de la Fundación sobre las acciones implementadas puede consultarse en el informe de especial seguimiento disponible en https://www.ucm.es/file/com-ifse-2019-gcomercio. Con carácter general las necesidades de mejora se consideran subsanadas y las acciones emprendidas para atender a las recomendaciones adecuadas, si bien en algunos casos su éxito se evaluará a la vista de los resultados posteriores.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| F15 La puesta en marcha de las acciones propuestas por las agencias evaluadoras correspondientes ha incrementado e impulsado las acciones de mejora de la titulación. | |

## 7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

No Procede.

***7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación abreviado.***

No procede.

.

## 8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

| | FORTALEZAS | Análisis de la fortaleza* | Acciones para el mantenimiento de las fortalezas |
|---|---|---|---|
| **Estructura y funcionamiento del SGIC** | F1<br>F2<br>F3 | Ver apartado 1 | Seguimiento y revisión de la estructura creada para el SGIC, especialmente a través de la Comisión de Calidad. |
| **Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación** | F4<br>F5 | Ver apartado 2 | Revisión y actualización de la información disponible en la página web |
| **Personal académico** | F6<br>F7 | Ver apartado 3 | Seguir con el programa de motivación y compromiso del profesorado |
| **Sistema de quejas y sugerencias** | F8 | Ver apartado 4 | Mantener y difundir los canales de quejas y sugerencias |
| **Indicadores de resultados** | F9 | Ver apartado 5.1 | Continuar mejorando la difusión de la titulación entre los potenciales demandantes y participando en las iniciativas que contribuyan a ello |
| **Satisfacción de los diferentes colectivos** | F10 | Ver apartado 5.2 | Motivar al profesorado y mantener cauces de información y participación<br>Plan de Formación del Profesorado |
| **Inserción laboral** | | | |
| **Programas de movilidad** | F11<br>F12 | Ver apartado 5.4 | Seguimiento de las encuestas de satisfacción |
| **Prácticas externas** | F13<br>F14 | Ver apartado 5.5 | Seguimiento de las encuestas de las empresas para promover vinculaciones laborales favorables |
| **Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación** | F15 | Ver apartado 6 | Vigilancia de los aspectos incorporados en las recomendaciones para mantener e incrementar la calidad y relevancia del Grado |

## 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.***

Las encuestas de satisfacción y el análisis de las quejas y sugerencias denotan la necesidad de implicar al alumnado en el proceso de mejora de la titulación, y de obtener una retroalimentación de este colectivo sobre las medidas implantadas desde el SGIC.

En el análisis del personal académico sigue siendo alto el porcentaje de profesores no permanentes. Las tasas de participación y evaluación en el Programa de Evaluación Docente son mejorables en el Doble-Grado.

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

| 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** | D1 | La necesidad de implicar en la calidad al alumnado así como los resultados de las encuestas de satisfacción (susceptibles de mejora) y el análisis de las quejas y sugerencias recibidas<br>Ver apartado 1 | Continuación con las acciones emprendidas en pro de la participación del alumnado en el SGIC y de información del funcionamiento del sistema de quejas y sugerencias | Encuestas de satisfacción alumnado<br>Resultado del análisis de quejas y sugerencias | Vicedecano de Alumnos/as<br>Vicedecana de Calidad<br>Coordinador/a Grado | Año académico 2021-22 | En proceso |
| **Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación** | D2 | La percepción del alumnado sobre coordinación en el Grado es susceptible de mejora<br>Ver apartado 2 | Mayor comunicación de la Coordinación con los delegados y representantes del alumnado | Reuniones, encuentros y comunicaciones con la Coordinación | Coordinador/a Grado | Año académico 2021-22 | En proceso |
| **Personal Académico** | D3 | Es alto el porcentaje de profesores no permanentes.<br>Ver apartado 3 | Seguimiento y análisis de la estructura del profesorado de la titulación | Porcentaje de profesores permanentes. | Coordinador/a de Grado | Año académico 2021-22 | En proceso |
| **Sistema de quejas y sugerencias** | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Indicadores de resultados** | | | | | | | |
| **Satisfacción de los diferentes colectivos** | D4 | En las encuestas de satisfacción se aprecia una baja participación<br>Ver apartado 5.2 | Realizar acciones de información y de fomento de participación en las encuestas de satisfacción de las titulaciones. | Resultados encuestas de satisfacción | Coordinadora de Grado | Año académico 2021-22 | En proceso |
| **Inserción laboral** | D5 | En las encuestas de satisfacción se aprecia una baja participación en las encuestas a egresados<br>Ver apartado 5.3 | Estudio y análisis de posibles encuestas complementarias a las realizadas por el Rectorado | Resultados encuestas de egresados | Delegada para el Empleabilidad y Prácticas Externas.<br>Coordinadora de Grado. | Año académico 2021-22 | En proceso |
| **Programas de movilidad** | | | | | | | |
| **Prácticas externas** | | | | | | | |
| **Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación** | | | | | | | |

## Anexos

ICMRA- 2: Resultados en las Asignaturas Curso Académico: 2020-21. Plan de Estudios: GRADO EN COMERCIO (0831)

| 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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ANALISIS CONTABLE | OBLIGATORIA | 247 | 184 | 63 | 80,57% | 83,61% | 3,64% | 85,33% | 9 | 39 | 127 | 68 | 4 | 0 |
| ANÁLISIS Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE DATOS CUALITATIVOS DE CLIENTES | OPTATIVA | 25 | 23 | 2 | 72,00% | 100,00% | 28,00% | 73,91% | 7 | 0 | 0 | 15 | 2 | 1 |
| COACHING Y DESARROLLO PERSONAL | OPTATIVA | 98 | 88 | 10 | 90,82% | 97,80% | 7,14% | 93,18% | 7 | 2 | 17 | 55 | 17 | 0 |
| COMERCIO ELECTRONICO | OBLIGATORIA | 178 | 169 | 9 | 96,63% | 99,42% | 2,81% | 97,04% | 5 | 1 | 26 | 131 | 15 | 0 |
| COMERCIO INTERNACIONAL | OBLIGATORIA | 171 | 154 | 17 | 93,57% | 95,24% | 1,75% | 96,10% | 3 | 8 | 86 | 61 | 13 | 0 |
| COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR | OBLIGATORIA | 189 | 183 | 6 | 95,24% | 97,30% | 2,12% | 96,17% | 4 | 5 | 60 | 75 | 40 | 5 |
| COMUNICACIÓN COMERCIAL: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN | OBLIGATORIA | 218 | 192 | 26 | 82,11% | 86,06% | 4,59% | 85,42% | 10 | 29 | 99 | 74 | 5 | 1 |
| CONTABILIDAD | OBLIGATORIA | 296 | 241 | 55 | 76,01% | 84,91% | 10,47% | 76,35% | 31 | 40 | 154 | 62 | 7 | 2 |
| CONTABILIDAD DE COSTES | OBLIGATORIA | 284 | 215 | 69 | 89,79% | 95,51% | 5,99% | 89,77% | 17 | 12 | 133 | 98 | 21 | 3 |
| CONTABILIDAD INFORMATICA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL | OPTATIVA | 53 | 53 | 0 | 81,13% | 91,49% | 11,32% | 81,13% | 6 | 4 | 28 | 7 | 8 | 0 |
| CONTROL CONTABLE DE LAS EMPRESAS COMERCIALES | OPTATIVA | 15 | 15 | 0 | 66,67% | 90,91% | 26,67% | 66,67% | 4 | 1 | 5 | 4 | 1 | 0 |
| CREACION DE EMPRESAS | OBLIGATORIA | 173 | 158 | 15 | 87,86% | 89,94% | 2,31% | 89,87% | 4 | 17 | 90 | 51 | 11 | 0 |
| DERECHO CIVIL | TRONCAL / BASICA | 345 | 253 | 92 | 54,49% | 62,67% | 13,04% | 58,10% | 45 | 112 | 149 | 35 | 1 | 3 |
| DERECHO LABORAL | OBLIGATORIA | 224 | 191 | 33 | 91,07% | 96,68% | 5,80% | 92,15% | 13 | 7 | 163 | 35 | 2 | 4 |
| DERECHO MERCANTIL | OBLIGATORIA | 255 | 214 | 41 | 81,57% | 90,04% | 9,41% | 82,24% | 24 | 23 | 89 | 68 | 44 | 6 |
| DERECHO TRIBUTARIO | OBLIGATORIA | 223 | 197 | 26 | 95,96% | 98,17% | 2,24% | 95,94% | 5 | 4 | 113 | 85 | 16 | 0 |
| DISTRIBUCION COMERCIAL Y GESTION LOGISTICA | OBLIGATORIA | 206 | 179 | 27 | 82,04% | 83,25% | 1,46% | 83,24% | 3 | 34 | 121 | 45 | 3 | 0 |
| ECONOMIA ESPAÑOLA Y MUNDIAL | TRONCAL / BASICA | 283 | 249 | 34 | 78,80% | 83,83% | 6,01% | 80,32% | 17 | 43 | 182 | 38 | 2 | 0 |
| ESTADISTICA: ANALISIS DE DATOS E INFERENCIA | TRONCAL / BASICA | 231 | 189 | 42 | 81,82% | 87,50% | 6,49% | 83,60% | 15 | 27 | 91 | 89 | 5 | 4 |
| FUNDAMENTOS DEL MARKETING | OBLIGATORIA | 280 | 235 | 45 | 83,93% | 88,01% | 4,64% | 85,11% | 13 | 32 | 138 | 94 | 3 | 0 |
| GESTION DE CALIDAD | OPTATIVA | 77 | 75 | 2 | 90,91% | 95,89% | 5,19% | 92,00% | 4 | 3 | 10 | 53 | 7 | 0 |
| GESTION DE COMPRAS E INVENTARIOS | OBLIGATORIA | 272 | 190 | 82 | 72,79% | 75,29% | 3,31% | 72,11% | 9 | 65 | 117 | 73 | 5 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS | OBLIGATORIA | 143 | 137 | 6 | 98,60% | 99,30% | 0,70% | 99,27% | 1 | 1 | 19 | 77 | 42 | 3 |
| GESTION DE VENTAS Y NEGOCIACION COMERCIAL | OBLIGATORIA | 192 | 174 | 18 | 88,02% | 89,42% | 1,56% | 88,51% | 3 | 20 | 103 | 62 | 3 | 1 |
| GESTION FINANCIERA | TRONCAL / BASICA | 346 | 228 | 118 | 65,90% | n | 14,74% | 62,72% | 51 | 67 | 114 | 100 | 12 | 2 |
| HISTORIA ECONOMICA Y DEL COMERCIO | TRONCAL / BASICA | 296 | 250 | 46 | 92,91% | 95,82% | 3,04% | 93,20% | 9 | 12 | 145 | 116 | 12 | 2 |
| IDIOMA: ALEMÁN | TRONCAL / BASICA | 7 | 7 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 1 | 4 | 2 | 0 |
| IDIOMA: FRANCÉS | TRONCAL / BASICA | 11 | 11 | 0 | 72,73% | 88,89% | 18,18% | 72,73% | 2 | 1 | 5 | 3 | 0 | 0 |
| IDIOMA: INGLÉS | TRONCAL / BASICA | 214 | 209 | 5 | 93,93% | 99,50% | 5,61% | 94,74% | 12 | 1 | 36 | 140 | 20 | 5 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL II: INGLÉS | OPTATIVA | 46 | 44 | 2 | 93,48% | 97,73% | 4,35% | 95,45% | 2 | 1 | 12 | 29 | 2 | 0 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 2 | 2 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 6 | 5 | 1 | 66,67% | 100,00% | 33,33% | 80,00% | 2 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: INGLÉS | OBLIGATORIA | 206 | 184 | 22 | 95,15% | 98,99% | 3,88% | 96,20% | 8 | 2 | 70 | 114 | 8 | 4 |
| IDIOMA PARA LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL: INGLÉS | OPTATIVA | 47 | 47 | 0 | 97,87% | 100,00% | 2,13% | 97,87% | 1 | 0 | 12 | 34 | 0 | 0 |
| INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL | TRONCAL / BASICA | 206 | 192 | 14 | 96,12% | 99,00% | 2,91% | 96,35% | 6 | 2 | 39 | 153 | 5 | 1 |
| INTRODUCCION A LA ECONOMIA | TRONCAL / BASICA | 350 | 251 | 99 | 72,00% | 77,30% | 6,86% | 68,92% | 24 | 74 | 114 | 108 | 26 | 4 |
| INVESTIGACION COMERCIAL | OBLIGATORIA | 163 | 141 | 22 | 91,41% | 93,71% | 2,45% | 94,33% | 4 | 10 | 115 | 33 | 1 | 0 |
| MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL | OPTATIVA | 102 | 99 | 3 | 96,08% | 98,00% | 1,96% | 95,96% | 2 | 2 | 21 | 69 | 8 | 0 |
| MARKETING ENTRE ORGANIZACIONES | OPTATIVA | 77 | 77 | 0 | 94,81% | 97,33% | 2,60% | 94,81% | 2 | 2 | 48 | 23 | 2 | 0 |
| MARKETING ESTRATEGICO | OBLIGATORIA | 183 | 177 | 6 | 97,81% | 98,35% | 0,55% | 98,87% | 1 | 3 | 47 | 110 | 22 | 0 |
| MATEMATICAS | TRONCAL / BASICA | 311 | 245 | 66 | 79,10% | 87,86% | 9,97% | 80,00% | 31 | 34 | 183 | 56 | 5 | 2 |
| MATEMATICAS PARA LA GESTIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 297 | 196 | 101 | 72,05% | 83,92% | 14,14% | 74,49% | 42 | 41 | 169 | 41 | 0 | 4 |
| MERCHANDISING Y GESTION DE CATEGORIAS | OPTATIVA | 90 | 88 | 2 | 94,44% | 98,84% | 4,44% | 95,45% | 4 | 1 | 36 | 41 | 6 | 2 |
| MICROECONOMIA | OBLIGATORIA | 225 | 194 | 31 | 76,89% | 84,80% | 9,33% | 79,38% | 21 | 31 | 119 | 45 | 6 | 2 |
| ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS | TRONCAL / BASICA | 279 | 245 | 34 | 93,55% | 95,96% | 2,51% | 93,88% | 7 | 11 | 117 | 87 | 50 | 7 |
| POLITICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | OPTATIVA | 86 | 86 | 0 | 93,02% | 96,39% | 3,49% | 93,02% | 3 | 3 | 37 | 32 | 11 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| POLITICAS DE COMERCIO INTERIOR | OPTATIVA | 53 | 49 | 4 | 94,34% | 98,04% | 3,77% | 93,88% | 2 | 1 | 15 | 27 | 6 | 2 |
| PRACTICAS EXTERNAS (GESTIÓN COMERCIAL) | PRACTICAS EXTERNAS | 158 | 151 | 7 | 94,30% | 100,00% | 5,70% | 94,70% | 9 | 0 | 4 | 50 | 95 | 0 |
| SIMULACION COMERCIAL | OPTATIVA | 62 | 62 | 0 | 93,55% | 100,00% | 6,45% | 93,55% | 4 | 0 | 3 | 42 | 13 | 0 |
| TECNICAS ESTADISTICAS MULTIVARIABLES EN GESTIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 229 | 201 | 28 | 73,36% | 89,36% | 17,90% | 75,62% | 41 | 20 | 81 | 71 | 11 | 5 |
| TRABAJO FIN DE GRADO (COMERCIO) | PROYECTO FIN DE CARRERA | 211 | 183 | 28 | 85,31% | 97,30% | 12,32% | 87,43% | 26 | 5 | 61 | 116 | 2 | 1 |

## ICMRA- 2: Resultados en las Asignaturas Curso Académico: 2020-21. Plan de Estudios DOBLE GRADO TURISMO-COMERCIO (DT12)

| 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 CONTABLE | OBLIGATORIA | 44 | 44 | 0 | 93,18% | 95,35% | 2,27% | 93,18% | 1 | 2 | 14 | 23 | 4 | 0 |
| COACHING Y DESARROLLO PERSONAL | OPTATIVA | 30 | 30 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 1 | 19 | 9 | 1 |
| COMERCIO ELECTRÓNICO | OBLIGATORIA | 43 | 42 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 0 | 38 | 5 | 0 |
| COMERCIO INTERNACIONAL | OBLIGATORIA | 44 | 42 | 2 | 97,73% | 97,73% | 0,00% | 100,00% | 0 | 1 | 15 | 28 | 0 | 0 |
| COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR | OBLIGATORIA | 43 | 43 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 0 | 14 | 29 | 0 |
| COMUNICACIÓN COMERCIAL: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN | OBLIGATORIA | 45 | 44 | 1 | 95,56% | 95,56% | 0,00% | 95,45% | 0 | 2 | 11 | 28 | 3 | 1 |
| CONTABILIDAD | OBLIGATORIA | 45 | 44 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 26 | 15 | 4 | 0 |
| CONTABILIDAD DE COSTES | OBLIGATORIA | 63 | 47 | 16 | 98,41% | 98,41% | 0,00% | 97,87% | 0 | 1 | 35 | 24 | 2 | 1 |
| CONTABILIDAD INFORMÁTICA PARA EL COMERCIO | OPTATIVA | 12 | 12 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 1 | 4 | 7 | 0 |
| CREACIÓN DE EMPRESAS | OBLIGATORIA | 44 | 43 | 1 | 88,64% | 88,64% | 0,00% | 88,37% | 0 | 5 | 23 | 13 | 2 | 1 |
| DERECHO ADMINISTRATIVO DEL TURISMO | OBLIGATORIA | 45 | 43 | 2 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 3 | 20 | 20 | 2 |
| DERECHO CIVIL | TRONCAL / BASICA | 54 | 49 | 5 | 44,44% | 45,28% | 1,85% | 40,82% | 1 | 29 | 12 | 12 | 0 | 0 |
| DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL | OBLIGATORIA | 45 | 43 | 2 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 17 | 24 | 4 | 0 |
| DERECHO MERCANTIL | OBLIGATORIA | 47 | 44 | 3 | 95,74% | 97,83% | 2,13% | 97,73% | 1 | 1 | 35 | 6 | 4 | 0 |
| DERECHO TRIBUTARIO | OBLIGATORIA | 45 | 43 | 2 | 95,56% | 95,56% | 0,00% | 95,35% | 0 | 2 | 23 | 18 | 2 | 0 |
| DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS TURÍSTICAS | OBLIGATORIA | 44 | 43 | 1 | 97,73% | 97,73% | 0,00% | 100,00% | 0 | 1 | 14 | 25 | 2 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y GESTIÓN LOGÍSTICA | OBLIGATORIA | 56 | 45 | 11 | 98,21% | 98,21% | 0,00% | 97,78% | 0 | 1 | 48 | 7 | 0 | 0 |
| ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL | TRONCAL / BASICA | 49 | 48 | 1 | 85,71% | 89,36% | 4,08% | 85,42% | 2 | 5 | 31 | 11 | 0 | 0 |
| ESTADÍSTICA: ANÁLISIS DE DATOS E INFERENCIA | TRONCAL / BASICA | 46 | 43 | 3 | 95,65% | 95,65% | 0,00% | 95,35% | 0 | 2 | 18 | 18 | 8 | 0 |
| FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA | TRONCAL / BASICA | 52 | 48 | 4 | 82,69% | 84,31% | 1,92% | 85,42% | 1 | 8 | 24 | 13 | 5 | 1 |
| FUNDAMENTOS DE MARKETING | OBLIGATORIA | 49 | 49 | 0 | 89,80% | 97,78% | 8,16% | 89,80% | 4 | 1 | 8 | 34 | 2 | 0 |
| GEOGRAFÍA DEL TURISMO | TRONCAL / BASICA | 48 | 48 | 0 | 97,92% | 100,00% | 2,08% | 97,92% | 1 | 0 | 10 | 36 | 1 | 0 |
| GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS Y RESTAURACIÓN | OBLIGATORIA | 47 | 42 | 5 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 5 | 32 | 8 | 2 |
| GESTIÓN DE CALIDAD | OPTATIVA | 35 | 35 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 8 | 17 | 9 | 1 |
| GESTIÓN DE COMPRAS E INVENTARIOS | OBLIGATORIA | 53 | 45 | 8 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 9 | 43 | 1 | 0 |
| GESTIÓN DE EVENTOS TURÍSTICOS | OPTATIVA | 40 | 40 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 1 | 21 | 18 | 0 |
| GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS | OBLIGATORIA | 44 | 43 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 6 | 34 | 2 | 2 |
| GESTIÓN DE TOUROPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES | OBLIGATORIA | 45 | 45 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 15 | 30 | 0 | 0 |
| GESTIÓN DE TRANSPORTES TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 46 | 45 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 0 | 17 | 29 | 0 |
| GESTIÓN DE VENTAS Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 45 | 45 | 0 | 84,44% | 84,44% | 0,00% | 84,44% | 0 | 7 | 28 | 10 | 0 | 0 |
| HISTORIA ECONÓMICA DEL TURISMO Y DEL COMERCIO | TRONCAL / BASICA | 51 | 49 | 2 | 58,82% | 61,22% | 3,92% | 57,14% | 2 | 19 | 24 | 6 | 0 | 0 |
| INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN | OBLIGATORIA | 43 | 43 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 6 | 36 | 1 | 0 |
| INGLÉS I | TRONCAL / BASICA | 49 | 48 | 1 | 93,88% | 97,87% | 4,08% | 93,75% | 2 | 1 | 23 | 19 | 4 | 0 |
| INGLÉS II | OBLIGATORIA | 47 | 44 | 3 | 95,74% | 95,74% | 0,00% | 95,45% | 0 | 2 | 13 | 25 | 7 | 0 |
| INGLÉS III | OBLIGATORIA | 48 | 48 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 20 | 20 | 8 | 0 |
| INTRODUCCIÓN A LA ANTROPOLOGÍA SOCIAL | TRONCAL / BASICA | 48 | 48 | 0 | 91,67% | 100,00% | 8,33% | 91,67% | 4 | 0 | 28 | 13 | 1 | 2 |
| INVESTIGACIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 43 | 42 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 21 | 21 | 1 | 0 |
| MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL | OPTATIVA | 33 | 33 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 6 | 24 | 3 | 0 |
| MARKETING ESTRATÉGICO | OBLIGATORIA | 41 | 41 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 9 | 31 | 1 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MATEMÁTICAS PARA EL COMERCIO | OBLIGATORIA | 56 | 44 | 12 | 75,00% | 76,36% | 1,79% | 72,73% | 1 | 13 | 33 | 8 | 1 | 0 |
| ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS | TRONCAL / BASICA | 50 | 49 | 1 | 98,00% | 98,00% | 0,00% | 97,96% | 0 | 1 | 9 | 35 | 5 | 0 |
| PATRIMONIO CULTURAL: HISTORIA DEL ARTE | TRONCAL / BASICA | 49 | 48 | 1 | 93,88% | 97,87% | 4,08% | 93,75% | 2 | 1 | 6 | 29 | 9 | 2 |
| PATRIMONIO TERRITORIAL, FLUJOS Y RECURSOS TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 45 | 43 | 2 | 97,78% | 97,78% | 0,00% | 97,67% | 0 | 1 | 17 | 23 | 2 | 2 |
| PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 47 | 43 | 4 | 93,62% | 93,62% | 0,00% | 93,02% | 0 | 3 | 17 | 23 | 3 | 1 |
| POLÍTICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | OPTATIVA | 22 | 22 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 2 | 5 | 15 | 0 |
| POLÍTICA TURÍSTICA | OBLIGATORIA | 48 | 44 | 4 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 15 | 28 | 5 | 0 |
| POLÍTICAS DE COMERCIO INTERIOR | OPTATIVA | 5 | 5 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 1 | 2 | 2 | 0 |
| PRÁCTICAS EXTERNAS (COMERCIO) | PRACTICAS EXTERNAS | 30 | 30 | 0 | 96,67% | 100,00% | 3,33% | 96,67% | 1 | 0 | 2 | 6 | 21 | 0 |
| PRÁCTICAS EXTERNAS (TURISMO) | PRACTICAS EXTERNAS | 35 | 34 | 1 | 97,14% | 100,00% | 2,86% | 97,06% | 1 | 0 | 1 | 8 | 25 | 0 |
| PRAGMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL | OPTATIVA | 27 | 27 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 3 | 20 | 3 | 1 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO I: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 19 | 19 | 0 | 78,95% | 93,75% | 15,79% | 78,95% | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO I: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 32 | 32 | 0 | 96,88% | 100,00% | 3,13% | 96,88% | 1 | 0 | 10 | 17 | 3 | 1 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO II: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 10 | 10 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 3 | 5 | 1 | 1 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO II: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 34 | 32 | 2 | 94,12% | 96,97% | 2,94% | 96,88% | 1 | 1 | 15 | 17 | 0 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO III: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 18 | 18 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 10 | 6 | 2 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO III: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 30 | 29 | 1 | 86,67% | 86,67% | 0,00% | 86,21% | 0 | 4 | 19 | 6 | 1 | 0 |
| SIMULACIÓN COMERCIAL | OPTATIVA | 12 | 12 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 2 | 4 | 6 | 0 |
| SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO | TRONCAL / BASICA | 48 | 48 | 0 | 97,92% | 100,00% | 2,08% | 97,92% | 1 | 0 | 1 | 15 | 29 | 2 |
| TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIABLES EN COMERCIO | OBLIGATORIA | 50 | 45 | 5 | 90,00% | 95,74% | 6,00% | 93,33% | 3 | 2 | 20 | 22 | 1 | 2 |
| TRABAJO DE FIN DE GRADO COMERCIO | PROYECTO FIN DE CARRERA | 26 | 26 | 0 | 84,62% | 95,65% | 11,54% | 84,62% | 3 | 1 | 3 | 16 | 2 | 1 |
| TRABAJO DE FIN DE GRADO TURISMO | PROYECTO FIN DE CARRERA | 26 | 26 | 0 | 92,31% | 100,00% | 7,69% | 92,31% | 2 | 0 | 2 | 19 | 2 | 1 |