



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 | Curso de implantación | Prácticas externas | Programas de movilidad |
| 240 | | 2009-10 | SI | SI |

| ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA | | | |
|--|-----------------------|---------------------|--------------|
| Verifica | Modificación Verifica | Seguimiento externo | Acreditación |
| 2009 | 2019 | 2022 | 2023 |

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 | 10 |
| 3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO | 13 |
| 4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS | 16 |
| 5. INDICADORES DE RESULTADO | 18 |
| 6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN | 35 |
| 7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS | 40 |
| 8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO. | 41 |
| 9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA | 43 |

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

La Facultad de Comercio y Turismo garantiza la validez de la información pública disponible en la web del Centro (<https://comercioyturismo.ucm.es/>) que contiene información del Título fácilmente accesible para los estudiantes y la sociedad en general. Los futuros estudiantes pueden acceder a la información completa de los mecanismos de acceso y admisión y de los detalles de la titulación en la pestaña Alumnos, eligiendo la opción de Secretaría de Alumnos y en la pestaña Estudios, eligiendo la opción de Grado. También puede encontrarse esta información en el acceso directo (<https://comercioyturismo.ucm.es/grado>), donde se puede encontrar información específica del Grado en Comercio, del Doble Grado en Turismo y Comercio y del Doble Título Interuniversitario en Diseño de Moda y Grado en Comercio (UPM y UCM). Para cada grado, se especifican en diferentes pestañas para Planes de Estudios, Coordinadores de los Grados, Coordinadores de las Asignaturas, Trabajo Fin de Grado, Movilidad, Prácticas externas, Reconocimiento de créditos optativos, Guías Docentes / Programas de las Asignaturas.

Además de la información general, en la web de la Facultad de Comercio y Turismo, el usuario puede conocer los detalles específicos de la docencia en el año académico actual accediendo desde Alumnos (<https://comercioyturismo.ucm.es/alumnos>) al Calendario Académico, los Horarios, Calendario de Exámenes, Servicios de la Facultad y Servicios de la UCM.

A la información relativa a la Calidad del Grado se accede desde la pestaña de Calidad (<https://comercioyturismo.ucm.es/calidad>), donde puede encontrarse todo lo relativo al Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC), la Memoria de Verificación, las Memorias anuales de seguimiento, las Memorias de las actividades realizadas por la Facultad, el resultado de los informes de Acreditación y Seguimiento, la resolución favorable para la renovación de la acreditación, el Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar, el personal académico de la Facultad, los Proyectos de innovación docente y calidad de la Facultad, el Sistema de quejas y reclamaciones, las encuestas de satisfacción, los principales indicadores de resultados y los resultados de la encuesta de inserción laboral de los egresados.

La información de la web es revisada y actualizada periódicamente garantizando la veracidad y accesibilidad de la información acorde a la Memoria de Verificación del Grado.

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 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 Junta de Facultad 3 /2024 de 20 de mayo aprobó la siguiente Comisión de Calidad (actualizado 22/ 05/2024) es pública y puede consultarse en: <https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

| Cargo en la Comisión | Nombre | Colectivo / Organismo |
|-----------------------------|-----------------------------------|---|
| Presidenta | Yolanda Romero Padilla | Vicedecana de Estudios y Calidad |
| Secretaria | Coral Illana Rodríguez | Representante PAS |
| Vocal | Adolfo Millán Aguilar | Representante PDI |
| Vocal | Amparo Carrasco Pradas | Representante PDI |
| Vocal | Javier Curiel Díaz | Representante PDI |
| Vocal | Ana Isabel Rosado Cubero | Representante PDI |
| Vocal | Susana Ramírez García | Representante Resto de PDI |
| Vocal | Marta Guillén Siero | Representante de Estudiantes |
| Vocal | Lidia de la Morena Fernández | Representante de Estudiantes |
| Invitados | | |
| Invitada | Mª Francisca Blasco López | Decana de la Facultad |
| Invitado | Francisco Femenia Serra | Delegado de la Decana para Apoyo a los procesos de Certificación y Calidad |
| Invitada | Nieves Libertad Troitiño Torralba | Coordinación Grado en Turismo |
| Invitada | Mercedes Rubio Andres | Coordinación Grado en Comercio y Doble Título Interuniversitario en Grado en Diseño de Moda y Comercio, UPM-UCM |
| Invitada | Lourdes Susaeta Erburu | Coordinación Master en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras |
| Invitado | Pablo Garrido Pintado | Coordinación Máster Comercio Electrónico |
| Invitada | Carmen Mínguez García | Coordinación Máster en Planificación de Destinos Turísticos |
| Invitada | Mª José Díaz Santiago | Coordinación Máster en Consumo y Comercio |
| Invitado | Manuel de la Calle Vaquero | Coordinación Programa Doctorado Interuniversitario en Turismo |
| Invitada | Diana Gómez Bruna | Coordinación Adjunta Doctorado Interuniversitario en Turismo |
| Invitado | Antonio Santos del Valle | Agente externo: Director Departamento de Relaciones Institucionales y Turismo - Innova Tax Free |
| Invitado | Alfonso Castellano | Agente externo: CEO – High Tech / Petit Palace Hoteles |
| Invitado | Armando Rodríguez Ocaña | Agente externo: Presidente de la Fundación Ciudad y Comercio |

En el segundo nivel del SGIC se encuentra la Comisión del Grado de Comercio, presidida por la Coordinadora de Grado) 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-asignaturas-comercio>

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 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 (<https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-los-grados>), nombrada por el Decano de la Facultad, y por los Profesores Coordinadores de cada Asignatura, elegidos por los Consejos de Departamento correspondientes (<https://comercioyturismo.ucm.es/file/coordinadores-asignaturas-comercio>). 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 transmitirlos cuando sea necesario a los/las profesores/as

Adicionalmente en el Centro existen otras comisiones que, en principio, no tienen relación directa con la Comisión de Calidad, excepto en cuestiones puntuales o relacionadas con reclamaciones. En este sentido, en el centro existe una Comisión de Ordenación Académica, cuyas funciones se refieren básicamente a la gestión ordinaria de la actividad académica: tramitación de plazas o carga docente, mientras que la de Calidad aborda las mejoras en los sistemas de funcionamiento y los problemas operativos detectados.

Destacar la Comisión Académica del Doble Título Interuniversitario en Diseño de Moda y Comercio, impartido en la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM (plan de estudios de Grado en Comercio) y en el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid de la UPM (CSDMM-UPM). Esta Comisión es una coordinación específica para el Doble Título Interuniversitario, actuando también como Comisión de Seguimiento del Convenio formada por, al menos, dos representantes de la Universidad Complutense de Madrid y dos representantes de la Universidad Politécnica de Madrid: (1) Director/a del Centro Superior de Diseño de Moda como centro de impartición del título de Grado en Diseño de Moda por la UPM y persona nombrada por este entre los responsables de ese programa. (2) Decano/a de la Facultad de Comercio y Turismo como centro de impartición del título de Grado en Comercio por la UCM y persona nombrada por este entre los responsables de ese programa. Este órgano se encarga de adoptar los acuerdos y decisiones necesarios para la correcta implantación del itinerario, su organización y planificación, así como el desarrollo coordinado de ambas titulaciones.

Por su parte, las cuestiones relativas a las prácticas externas se canalizan a través de la Comisión de Prácticas Externas, responsable de su gestión; de forma similar, las cuestiones referentes a los intercambios internacionales son competencia de la Comisión de Movilidad del Centro.

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 2023-2024 se han celebrado 3 reuniones ordinarias y 2 extraordinarias de la Comisión de Calidad, cuyas fechas y contenidos se detallan a continuación:

| Fecha | Temas tratados | Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados |
|---|---|--|
| Reunión ordinaria: 28 de septiembre de 2023 | Informe de la presidenta | Se informa sobre los informes provisionales de seguimiento ordinario del Máster en Consumo y Comercio y del Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos: en general, la valoración ha mejorado, no hay ningún criterio valorado con D. Se informa sobre el proceso de renovación de acreditación de varios títulos: Proceso abreviado para Grado en Turismo, Máster Universitario en Comercio Electrónico, y Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras. Proceso completo para Grado en Comercio, con audiencia de estudiantes, personal académico, equipo Decanal, responsables del título y de prácticas externas. |
| | Aprobación, si procede, de las memorias de seguimiento anual UCM para los títulos | Grado Turismo: se han mejorado aspectos como la tasa de abandono. Ha habido disminución considerable del número de estudiantes salientes de movilidad. Se aprueba por asentimiento. Grado en Comercio: en las encuestas de satisfacción de alumnos, PDI y PAS, la participación es mejorable pero ha aumentado con respecto a cursos anteriores. En |

| | | |
|---|---|--|
| | oficiales de Grado y Máster impartidos en la Facultad de Comercio y Turismo | <p>movilidad, hay más alumnos entrantes que salientes al igual que el Grado en Turismo. Se remarca necesidad de averiguar el número de profesores doctores del título y del control de la tasa de abandono.</p> <p>La disminución de la movilidad puede deberse a la introducción de notas de corte, por lo que no se trataría de una debilidad.</p> <p>Se aprueban las Memorias de seguimiento por asentimiento.</p> |
| Reunión ordinaria: 13 de noviembre de 2023 | Informe de la presidenta. | <p>La Decana actúa de Presidenta, informando que la Vicedecana de Estudios y Calidad se encuentra de baja, en la próxima Comisión y mientras dure dicha baja será sustituida por el Delegado de la Decana de Apoyo a los Procesos de Certificación y Calidad, Francisco Femenía.</p> <p>Se informa de los resultados de la Facultad en el ranking Shangai: entre los 35 mejores Grados del mundo.</p> <p>Se informa de las visitas abreviadas y presencial realizadas para la renovación de la acreditación los días 16 y 17 de octubre para Grado en Turismo, Grado en Comercio, Máster Universitario en Comercio Electrónico y Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras. Se está a la espera de recibir los informes provisionales.</p> <p>Se informa sobre cambios en la composición de la comisión: Susana Ramírez, que sustituye a Clara Martín como miembro representante de la Comisión y María José Díaz Santiago sustituye a Matilde Fernández-Cid como Coordinadora del Máster en Consumo y Comercio.</p> <p>Se informa que el pasado 13 de julio en el Consejo de Gobierno se aprobaron las nuevas Directrices de la Universidad Complutense de Madrid para la elaboración y defensa pública del Trabajo de Fin de Máster y Trabajo de Fin de Grado. Estas directrices entrarán en vigor en el curso académico 2024/2025, excepto para aquellas titulaciones que requieran hacerlo, total o parcialmente, para el curso 2023-24.</p> |
| | Revisión y aprobación, si procede, informes de autoevaluación para la renovación de acreditación de los títulos Máster en Consumo y Comercio y Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos | <p>Se informa de los dos títulos de máster que están en proceso de renovación de la acreditación, en la fase de aportar documentación. Se revisan los puntos en los que más se ha incidido en procesos de renovación o seguimiento anteriores: actualizar la información de las páginas webs, participación y satisfacción en las encuestas de estudiantes, PAS y PDI, requisito del idioma para los estudiantes de habla no hispana, etc...</p> <p>Se comentan algunas dificultades experimentadas con la gestión de prácticas durante el curso anterior, que fueron atendidas, y la preocupación sobre cómo puede afectar los cambios anunciados en la normativa estatal sobre personal en prácticas. También se han detectado discrepancias entre datos de SIDI y los datos que los coordinadores tienen del profesorado del claustro, ello se debe a que SIDI contabiliza también los tutores de prácticas externas, cuyo listado no está llegando a los coordinadores.</p> <p>Se aprueban los informes por asentimiento</p> |
| | Análisis y aprobación, si procede, de medidas relacionadas con los informes provisionales de seguimiento anual de la UCM | <p>Se revisan los informes provisionales de las Memorias de seguimiento anual de la UCM para Máster en Consumo y Comercio y del Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos del Curso 2022-2023. En ambos casos la Memoria ha sido aprobada con recomendaciones. Algunas serán tenidas en cuenta como medidas de mejora y, por tanto, serán objeto de seguimiento. Otras son susceptibles de alegación, especialmente en apartados con valoración de "cumple parcialmente" o "no cumple". Se aprueban las alegaciones por asentimiento.</p> |
| Reunión ordinaria: 22 de Febrero del 2024 | Informe de la presidenta. | <p>Se informa de la elaboración del informe presentado para el ranking anual de Titulaciones que elabora el periódico El Mundo.</p> <p>Se informa sobre la convocatoria de Proyectos Innova y de las personas de la Facultad que colaborarán con el Vicerrectorado de Calidad en la evaluación de proyectos.</p> <p>Se informa que el próximo día 6 de marzo será la visita de los paneles para el Máster en Consumo y Comercio y para el Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos, la visita será on line y abreviada.</p> <p>Se expone que se está trabajando en el diseño de las asignaturas del futuro Grado en Estudios Asiáticos, que se quiere implantar para el curso 2025/2026, en el que participan numerosas Facultades, las asignaturas que impartirá la Facultad serán 3 optativas del Departamento de Marketing, del Departamento de Historia y del Departamento de Ciencia Política y de la Administración.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Revisión y aprobación, si procede, de las alegaciones a los informes provisionales de la Fundación Madri+D del Grado en Comercio, Máster en Comercio Electrónico y Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras</p> | <p>Se revisan los informes provisionales de renovación de acreditación recibidos de las tres titulaciones Grado en Comercio, Máster en Comercio Electrónico y Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras. Todos los informes son favorables pero presentan recomendaciones susceptibles de alegaciones.</p> <p>En el caso concreto del Grado en Comercio se observan elementos subsanables en la valoración de los Criterios 1, 3, 4, 5 y 6 calificadas como C.</p> <p>En el Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO la Fundación Madrid+d realiza recomendaciones relacionadas con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una adecuada coordinación de las distintas asignaturas y grupos, y la homogeneización de los exámenes por asignatura. • Establecer mecanismos que aseguren que los estudiantes de nuevo ingreso cuentan con las habilidades lingüísticas necesarias para el correcto desarrollo del título. • Recomienda respetar el número de las plazas de nuevo ingreso aprobado en la Memoria de Verificación. <p>La Coordinadora indica que se está realizando un esfuerzo importante y constante y que existen mecanismos específicos de coordinación vertical y horizontal en todo el Grado en Comercio, y de modo particular entre las asignaturas, grupos y exámenes. Es requisito imprescindible de admisión para todos los alumnos no hispanohablantes acreditar, mediante certificado, estar en posesión del nivel mínimo B2 en español o en su defecto superar el examen de nivel. Y, además una vez cumplido este requisito, existen algunas iniciativas (inmersión lingüística y ayuda de alumnos mentores) complementarias y exclusivamente para la mejora del idioma y así garantizar que todos los estudiantes tengan el nivel de idioma exigido.</p> <p>En todos los cursos académicos se han respetado el número de plazas de nuevo ingreso. En ningún caso se han superado las plazas de la Memoria Verifica, aprobado en 300 plazas, que son las plazas ofertadas.</p> <p>En cuanto al Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC) la Fundación Madri+d recomienda adoptar medidas que permitan incrementar la participación en las encuestas de los grupos de interés, y especialmente en el caso de los estudiantes y profesores. La Coordinadora indica que se vienen realizando numerosos esfuerzos para mejorar la participación de los grupos de interés en las encuestas y que se han adoptado medidas para ello como: realización de campañas de comunicación, envío de correos, cartelería en la Facultad, y, fruto de estas acciones observamos una tendencia al alza en este tema.</p> <p>En lo que respecta al Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO, las recomendaciones que indica la Fundación Madrid+d son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ajustar el porcentaje de profesores permanentes que imparte docencia en el título a lo establecido en la Memoria de verificación. • En futuros procesos de evaluación, se debe aportar toda la información sobre el profesorado del título para su correcta evaluación <p>La Coordinadora indica que respecto a la primera recomendación, sobre el ajuste del profesorado permanente, desde Rectorado se están poniendo en marcha varios planes para profesorado entre los que destacan las convocatorias anuales para la estabilización de profesorado, así como la convocatoria de plazas de potenciación estratégica, y que adicionalmente, con la entrada en vigor de la nueva Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, es obligatorio el paso de los asociados a contratos indefinidos (por tanto, permanentes). Por tanto, indica la Coordinadora, se prevé para el curso académico 2024-25 un incremento en el número de profesores permanentes.</p> <p>Así mismo indica que en el informe de renovación expone la necesidad de mejorar el número de sexenios alcanzados por el profesorado del Grado en Comercio. En este sentido, en el curso 2022-23 el número de sexenios fluctúa bastante pero que ha mejorado, pasando a un total de 24 frente a los 19 sexenios del curso 2022-21. En ocasiones se debe al cambio de profesorado hacia grupos del Doble Grado Turismo y Comercio y viceversa.</p> <p>Respecto al Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS la Fundación Madri+d recomienda mejorar las infraestructuras e incrementar el uso de herramientas de software en aquellas asignaturas del plan de estudios que lo requieran, también destacan numerosos aspectos positivos tales como, la gestión por el PTGAS necesario, el plan de formación para la cualificación del PTGAS, la preincubadora, la Oficina para la inclusión de personas con diversidad, la adecuación</p> |
|---|--|

| | | |
|---|--|---|
| | | <p>de los programas de movilidad, las aulas y servicios suficientes para la docencia y la plataforma de enseñanza virtual (plataforma Moodle). La Coordinadora, Mercedes Rubio, considera que la Facultad está tomando medidas para los dos aspectos enunciados en las recomendaciones e indica que desde la Facultad se está haciendo un esfuerzo muy importante en términos económicos por mejorar las infraestructuras y en cuanto al software demandado por los alumnos, le consta que las asignaturas que lo precisan lo están empleando</p> <p>Respecto al Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE la Fundación Madri+d recomienda implementar acciones de mejora para reducir las tasas de abandono. La Coordinadora sugiere hacer una modificación en el umbral de la tasa de abandono en la Memoria de Verificación del título en Comercio, ya que dicho umbral es bastante bajo (15%) cuando además se están cumpliendo holgadamente las tasas de rendimiento, eficiencia, graduación y éxito. Considerando que todas las recomendaciones de estos Criterios se han atendido, la Coordinadora del Grado indica que se va a solicitar la revisión de las calificaciones de estos apartados para que puedan pasar de una C a una B.</p> <p>Se aprueban las alegaciones.</p> |
| Reunión extraordinaria: 11 de Marzo de 2024 | Revisión y aprobación, si procede, de las alegaciones al informe provisional de la Fundación Madri+D del Grado en Turismo. | <p>Se revisa el informe provisional de renovación de la acreditación del Grado en Turismo.</p> <p>Se revisan y aprueban las alegaciones al informe provisional y el plan de Mejora, éste último motivado por haber obtenido una D en uno de los criterios.</p> |
| Reunión ordinaria 7 de mayo de 2024 | Adscripción del Grado en Comercio al ámbito de conocimiento correspondiente según el Real Decreto 822/2021. | Se aprueba solicitar la adscripción del Grado en Comercio al ámbito de conocimiento (campo de estudio) de "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo" |

El SGIC de la Facultad está perfectamente implantado y no se han detectado problemas en su funcionamiento, todos los colectivos participan activamente en las tres reuniones celebradas. Hay que destacar la implicación del alumnado durante el curso 2023-2024, asistiendo y participando en todas las reuniones de la Comisión. La Comisión del título permite discutir, proponer, organizar y trabajar temas y mejoras de carácter operativo y específico de la titulación durante el curso, en el marco de las normas vigentes del centro y del plan de estudios. Mientras que la Comisión de Calidad permite discutir, proponer, organizar y trabajar temas de carácter transversal y estratégico, que puede implicar, en su caso, la elevación de propuestas de modificación de normas del centro o de los planes de estudio.

Después de ser analizados los temas tratados en las reuniones y examinados los efectos de las acciones emprendidas para la mejora en el Grado en Turismo se identifican:

| 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). | |
| 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. | |

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

Los dos elementos básicos del sistema de coordinación implantados en el Grado de Comercio son el Coordinador del Grado y la Comisión de Coordinación.

El coordinador es el responsable del seguimiento académico de la titulación. Especialmente, se encarga de que se lleven a cabo todas las actuaciones previstas en la memoria de verificación del título y en la normativa de la UCM sobre garantía de calidad de los títulos. Como representante de la titulación, el coordinador realiza las tareas de gestión académica internas al Grado, así como las tareas externas que resultan necesarias para la adecuada coordinación de las titulaciones dentro de la Facultad de Comercio y Turismo y, en general, de toda la UCM. En particular, de acuerdo con la normativa general de la UCM sobre el Trabajo de Fin de Grado, el coordinador garantiza que, la asignación de temas y tutores, los plazos de entrega y cualquier otro aspecto relacionado con estos trabajos, se desarrolle conforme a lo establecido.

La Comisión de Coordinación está formada por el coordinador del Grado, nombrado por la Decana de la Facultad y por los Profesores Coordinadores de cada Asignatura en el Grado, elegidos por los Consejos de Departamento correspondientes. Las funciones que la Comisión de Coordinación tiene encomendadas y que constan en el documento de verificación del título son

- Garantizar la fluida comunicación entre los encargados de las distintas materias.
- Procurar que las materias y asignaturas se impartan con la secuencia adecuada tal como está previsto en el plan de estudios.
- Velar porque se eviten posibles solapamientos entre asignaturas.
- Garantizar la coordinación de la evaluación dentro de la misma materia entre distintos profesores/as.
- Organización de la adecuada distribución de actividades formativas para evitar acumulaciones en periodos puntuales.
- Adecuación del calendario de pruebas parciales.
- Coordinación y garantía de los medios necesarios para el eficiente funcionamiento del módulo.
- Atender las opiniones/sugerencias de los/as alumnos/as y transmitirlos cuando sea necesario a los/las profesores/as.

La Comisión de Coordinación auxilia al Coordinador del Grado en sus funciones. En las reuniones de la Comisión de Coordinación se informa a los profesores de aquellas novedades que afectan a la titulación y se debate sobre 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 puntuales que van surgiendo durante el curso y que resulten de interés para el desarrollo de la actividad docente. En el caso de los asuntos relacionados con el Trabajo Fin de Grado, existe una subcomisión nombrada al efecto.

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, estableciendo 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, que mantienen reuniones periódicamente, además de una comunicación frecuente. 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.

A mediados del curso 2023-24, la coordinación del Doble Grado Turismo y Comercio recayó sobre las Coordinadoras de los Grados principales, Comercio y Turismo. Se mantuvieron durante todo el curso las reuniones conjuntas, propuestas desde el curso académico 2017-18, lo que facilita la coordinación de las asignaturas comunes y el trabajo en una misma dirección con el profesorado del Centro. 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.

Adicionalmente el contacto entre los coordinadores, la Comisión de Grado y la Vicedecana de Estudios y Calidad se ha intensificado, a través de canales diferentes: correo electrónico, llamadas de teléfono.

A lo largo del curso 2023-2024 se han celebrado tres reuniones ordinarias de la Comisión de Grado, cuyas fechas y contenidos se detallan a continuación:

| Fecha | Temas tratados | Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados |
|--|---|---|
| Reunión ordinaria: 12 de Diciembre de 2023 | Información relevante para la coordinación | Se informa que el 16 y 17 de octubre se llevó a cabo el proceso de acreditación de los títulos de Grado en Turismo y Grado en Comercio de la Facultad. Se informa que en septiembre se presentó el informe de seguimiento anual de la UCM del curso 2023-2024 y ya se dispone del informe provisional. Tanto en el caso del grado en Comercio como en Turismo, los resultados son muy buenos y tan solo se señalan algunas recomendaciones o aspectos puntuales que se cumplen parcialmente, tales como la publicación de alguna información específica en la página web del título o diseñar acciones específicas para disminuir la tasa de abandono. Se han presentado alegaciones y se está a la espera del informe definitivo, que estará disponible en la página web de la Facultad. Se aprueba la comisión TFG del Grado en Comercio para los cursos 2023-24 y 2024-25, con Vocales titulares (5) y vocales suplentes (3) tal y como marca la normativa. |
| Reunión ordinaria: 13 de Mayo de 2023 | Nuevos nombramientos en la coordinación | Se informa a los asistentes del cambio en la Coordinación de Grados: <ul style="list-style-type: none"> • Grado en Turismo: la profesora Milagros Cambronerero Serrano, concluye esta etapa, asumiendo la responsabilidad la profesora Libertad Troitiño Torralba. • Doble Grado en Turismo y Comercio, la profesora Clara Martín Duque, cesa en el cargo, asignándose en este caso la coordinación del siguiente modo: Comercio: Mercedes Rubio Andrés. Turismo: Libertad Troitiño. • Grado en Comercio y Doble Grado en Comercio y Moda, la Coordinación sigue a cargo de la profesora Mercedes Rubio Andrés, tal y como hasta la fecha. |
| | Información relevante para la coordinación | Se informa sobre el requerimiento de adscripción de los títulos y las asignaturas conforme a los ámbitos de conocimiento establecidos en el RD 822/2021. Se trata de modificaciones no sustanciales, las fichas requeridas con las adscripciones serán revisadas y aprobadas por la Comisión de Calidad, y posteriormente por Junta de Facultad. Se informa sobre el “Proyecto piloto: Manuales Complutense” , nueva línea de colección impulsada por Ediciones Complutense. Se trata de una iniciativa orientada a elaborar manuales para las asignaturas básicas u obligatorias que se imparten en los títulos UCM. Primeramente, se plantean para los cursos 1º y 2º, con el objetivo de que estos manuales sean de consulta y manejo obligatorio para los estudiantes, facilitando su acceso desde los campus virtuales, dado que serán editados en formato digital. Esto a su vez, permitirá que sean incluidos en Docta Complutense . Se informa del proceso interno para recibir propuestas, que serán evaluadas y avaladas en Junta de Facultad. |
| | Reunión con delegados: principales conclusiones | Se informa que se ha mantenido una reunión con los delegados/as de curso que ha resultado muy positiva. Las principales conclusiones en el Grado en Comercio y Doble Título Interuniversitario son: <ul style="list-style-type: none"> ▪ No se detectan problemas significativos. ▪ Satisfacción con la docencia ▪ Reclaman menos teoría y más práctica. Un mayor manejo de Excel, si bien el manejo por parte del alumnado es dispar. ▪ En las asignaturas más complejas, a veces se va demasiado rápido. Valoran de forma positiva la practicidad, la versatilidad, la adquisición de conocimientos diversificados, la buena atención y calidad de la docencia y profesorado, la vinculación al mundo laboral. Como cuestiones de mejora señalan: más prácticas en algunas asignaturas, solventar la repetición de contenidos en asignaturas, más especialización, reclaman salidas técnicas. |

| | | |
|---|--|---|
| | | En cuanto a las conclusiones del Doble Grado en Turismo y Comercio, se destacan como fortalezas: las salidas técnicas y la interacción con el mundo profesional en los últimos años de formación. Como cuestiones a mejorar señalan: necesidad de actualización de metodologías docentes, reclamando más innovación, incrementar el nivel de idiomas en los últimos cursos, solventar el solapamiento de asignaturas. |
| Reunión ordinaria: 23 de Julio de 2024 | Información relevante para la coordinación | <p>Se comentan los cambios en las directrices Trabajo Fin de Grado para su adaptación a la nueva normativa de la Universidad Complutense de Madrid (BOUC nº 32). A continuación se resumen los cambios más relevantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calificación TFG: las anteriores directrices establecían que el tutor podía otorgar una calificación máxima de 8.9. En las nuevas directrices se contempla que la calificación, tras la defensa ante un Tribunal Calificador (compuesto por el tutor y otro profesor, proceso similar a las actuales pre-actas), pueda alcanzar el SB. En este caso, el tutor propone o no su defensa para Matrícula de Honor. ▪ El Tribunal Calificador evalúa todo el proceso de elaboración y contenido del TFG, no solo la exposición como se venía haciendo hasta ahora. ▪ Tribunal Matrícula de Honor: no hay cambios sustanciales respecto a las directrices anteriores, pero en este caso, solo se valora la posibilidad de que el alumno pueda obtener matrícula. La composición de los Tribunales, en este caso, no varía, se mantiene la constitución con miembros de la Comisión de TFG. ▪ Se recuerda que hay un número limitado de MH por cupo de alumnos matriculados. ▪ Los TFGs deben cumplir con las condiciones exigidas para proponer MH ▪ Calificación TFG en actas oficiales: hasta el momento, la calificación del TFG es la última que se consolida, con toda la problemática que esto conlleva en las Actas. Con las nuevas directrices, esta circunstancia se corrige, evitando así los conflictos derivados del "Incompatible". <p>Se muestran a la comisión de coordinación los nuevos documentos a presentar por el tribunal calificador (preacta), el informe de propuesta de calificación de matrícula de honor del TFG y el acta de calificación del tribunal para alumnos/as que optan a matrícula de honor.</p> |

Durante el curso 2024-2025, se han mantenido y mejorado los mecanismos de coordinación horizontal dado que las coordinadoras de los Grados (Comercio, Turismo y Doble-Grado), mantienen reuniones constantes tanto de manera formal, como se refleja en las actas, como de manera informal a través de email u otros mecanismos de comunicación. También se han mantenido y mejorado los siguientes mecanismos de coordinación vertical implantados en el curso 2021-2022- que se centraron en:

- Incorporación del alumnado en los procesos de coordinación: Mejora de la comunicación con los alumnos a través de reuniones anuales con los delegados de curso.
- Creación de un campus específico de coordinación de TFG para agilizar los procesos de gestión y comunicación con los tutores e informarles de los procedimientos.
- La Coordinación entre las Comisiones de TFG de los Grados de Comercio y Turismo, celebrando reuniones conjuntas cuando es necesario y homogeneizando procedimientos y documentación.
- Invitación de las coordinadoras de las titulaciones a las reuniones del equipo decanal.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|-------------|
| F3. El alumnado dispone en la página web de toda la información sobre el Grado y sobre los responsables de la Coordinación. | |
| F4. El alumnado dispone de la Guía Docente con toda la información relevante de las Asignaturas a cursar anualmente actualizadas. | |

| | |
|---|--|
| F5. Las normas y directrices de coordinación son las mismas en todos los grados que se imparten en la Facultad. | |
| F6. Los tutores de Trabajo Fin de Grado disponen de un campus específico de coordinación de TFG para agilizar los procesos de gestión y comunicación. | |

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

En el curso 2023-24 fueron 154 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 | 79 | 51,3% | 530,65 | 47,0% | 0 |
| Asociado Interino | 8 | 5,2% | 42,75 | 3,8% | 0 |
| Ayudante | 3 | 1,9% | 18,00 | 1,6% | 0 |
| Ayudante Doctor | 14 | 9,1% | 89,90 | 8,0% | 0 |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 2 | 1,3% | 32,50 | 2,9% | 0 |
| Catedrático de Universidad | 1 | 0,6% | 5,95 | 0,5% | 4 |
| Contratado Doctor | 20 | 13,0% | 144,00 | 12,8% | 13 |
| Contratado Doctor Interino | 2 | 1,3% | 27,75 | 2,5% | 1 |
| Emérito | 1 | 0,6% | 1,00 | 0,1% | 4 |
| Emérito/a | 1 | 0,6% | 4,00 | 0,4% | 3 |
| Titular de Escuela Universitaria | 2 | 1,3% | 39,00 | 3,5% | 0 |
| Titular de Universidad | 20 | 13,0% | 181,50 | 16,1% | 22 |
| Titular de Universidad Interino | 1 | 0,6% | 12,00 | 1,1% | 0 |
| TOTAL | 154 | | | | 47 |

En el Doble Grado de Turismo y Comercio, en 2023-24 fueron 124 los/as profesores/as que impartieron docencia:

| Categoría | Personas | % de Personas | Créditos Impartidos | % de Créditos Impartidos | Sexenios |
|--------------------------------------|----------|---------------|---------------------|--------------------------|----------|
| Asociado | 64 | 51,6% | 168,45 | 45,0% | 0 |
| Asociado Interino | 6 | 4,8% | 2,50 | 0,7% | 0 |
| Ayudante | 3 | 2,4% | 5,50 | 1,5% | 0 |
| Ayudante Doctor | 13 | 10,5% | 54,64 | 14,6% | 0 |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 2 | 1,6% | 7,50 | 2,0% | 0 |
| Catedrático de Universidad | 2 | 1,6% | 9,25 | 2,5% | 7 |
| Contratado Doctor | 19 | 15,3% | 83,50 | 22,3% | 11 |
| Contratado Doctor Interino | 3 | 2,4% | 18,00 | 4,8% | 2 |
| Emérito | 1 | 0,8% | 1,50 | 0,4% | 4 |
| Titular de Escuela Universitaria | 1 | 0,8% | 0,00 | 0,0% | 0 |
| Titular de Universidad | 9 | 7,3% | 23,50 | 6,3% | 15 |
| Titular de Universidad Interino | 1 | 0,8% | 0,00 | 0,0% | 0 |
| TOTAL | 124 | | | | 39 |

Se ha mantenido prácticamente constante el número de profesores que imparten docencia en el Grado en Comercio con respecto al curso anterior (153 en 2023-24 frente a 152 en 2022-23) y ha disminuido ligeramente en el Doble Grado de Turismo y Comercio (124 en 2023-24 frente a 128 en 2022-23).

En el informe de RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN del Grado en Comercio de 2024, se insiste en la necesidad de *ajustar el porcentaje de profesores permanentes que imparte docencia en el título a lo establecido en la Memoria de verificación*. Desde Rectorado se ha puesto en marcha varios planes para profesorado. Actualmente está vigente el plan de actuaciones en materia de profesorado 2024, con diferentes programas: programa de estabilización, programa de promoción, programa de fortalecimiento y programa de potenciación estratégica (<https://www.ucm.es/portaldetransparencia/plan-actuaciones-profesorado>). Este plan sustituye al anterior de Actuaciones en Profesorado (2020-2023) que se puede consultar (<https://www.ucm.es/plan-actuaciones-profesorado-2020-23>). Entre las acciones de los planes de actuación destacan las convocatorias anuales para la estabilización de profesorado que permite la acelerar la promoción de profesores a Tiempo completo no permanente hacia figuras permanentes. Destaca la convocatoria de plazas de potenciación estratégica, en la que los departamentos pueden realizar propuestas de creación de plaza de PDI a las facultades (como facultad se pueden proponer hasta 2 propuestas al año), siendo en la facultad de Comercio y Turismo criterio indispensable para aprobar la propuesta que sean plazas de personal a TC promocionable a permanente. Si tenemos en cuenta la previsión de estabilización de los profesores ayudantes doctores, la diferencia entre profesores permanentes y no permanentes en el Grado en Comercio se reduce considerablemente. En concreto, el profesorado permanente imparte el 39,9% de los créditos del Grado en Comercio, y el 38,3% en el caso del Doble Grado. Si tenemos en cuenta que los profesores ayudantes doctores, dado que tienen previsión de consolidación en la universidad, y los incluimos en este cálculo, el porcentaje mejoraría, de tal manera que los profesores permanentes y ayudantes doctores, imparten el 47,9% en el Grado en Comercio y el 52,9% en el Doble Grado Turismo y Comercio de la totalidad de créditos en el curso 2023-24.

El Grado en Comercio se nutre en una medida muy significativa de profesorado que procede de otras Facultades, pero tienen una especialización docente e investigadora relacionada con la Titulación. El porcentaje de profesorado permanente (Catedráticos, Titulares, Contratado doctores) se sitúa en 2023-24 en el 32,3% en el Grado en Comercio (frente al 29,1% de 2022-23) que asciende al 41,1% (frente al 38,3% en 2022-23) si se incluyen los/las profesores/as ayudantes doctores (profesores a tiempo completo no permanente, pero con alta probabilidad de ser en los próximos años profesorado permanente). Si tenemos en cuenta los créditos impartidos en el Grado en Comercio, el porcentaje de profesores permanentes sería del 38,8% e incluyendo a los profesores/as ayudante doctor/a del 49,3%.

En el Doble Grado Turismo y Comercio el porcentaje de profesorado permanente en 2023-24 es del 30,6%, y si incluimos a los profesores ayudantes doctores alcanzaría el 41,1%. No obstante, sigue destacando el alto porcentaje de profesores asociados (en 2023-24 son el 51,3% del total del profesorado e imparten el 47% de los créditos del Grado, porcentaje ligeramente inferior al de 2022-23, que impartían el 48,5% de los créditos).

En el curso 2022-23 imparten el 48,5% de los créditos del Grado en Comercio, frente al 47,8% del curso 2021-22 y el 43,3% del Doble Grado frente al 43,6% del curso anterior), situación que es objeto de seguimiento por el SGIC. Se han puesto en marcha medidas para incrementar la proporción de profesorado permanente y doctor. El resultado ha sido positivo logrando mantener desde 2017/18 a 2020/21 una proporción de profesorado permanente superior al 50% y la proporción de profesorado con grado de doctor por encima del 60%. Sin embargo, la tendencia cambia bruscamente en el curso 2021/22 y 2022/23, cuando estos porcentajes se sitúan en torno al 30% de profesorado permanente, incluso superándolo en 2023/24, manteniendo en todo caso la proporción de doctores por encima del 50% estimado. El análisis realizado hasta el momento sitúa como posibles causas el incremento de jubilaciones que se está experimentando tras la pandemia y la cobertura de descargas por gestión en el desempeño de cargos académicos, que se cubren con profesorado asociado.

Con la entrada en vigor de la nueva Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, y la reducción de carga docente máxima del profesorado asociado (de 6+6 a 4+4) se prevé para los próximos cursos

una disminución obligada de la carga docente de los asociados en los Grados, y por ello en el Grado de Comercio.

En cualquier caso, conviene señalar que los profesores asociados están vinculados profesionalmente a los contenidos de las materias impartidas.

Para el curso 2023/24, se ha renovado el estudio de revisión de datos sobre el grado de doctor del profesorado que imparte clase en la Facultad de Comercio y Turismo a partir de los datos disponibles en SIDI y en la información curricular facilitada por el profesorado. El porcentaje de profesor asociado que imparte clase en la Facultad que dispone del grado de doctor es del 33%. Esta información no está desglosada por titulación, pero si realizamos una estimación la cifra de profesores doctores se sitúa en torno al 63,7% de los 154 profesores que impartieron alguna asignatura del Grado en Comercio en el curso 2023-24. Esta cifra es mejor que los datos de 2021-2022, cuya estimación fue de 29% profesores doctores asociados y un total del 57% de profesores doctores que imparten alguna asignatura en el Grado en Comercio.

Con respecto al número de sexenios de investigación, ha aumentado considerablemente a 47 sexenios en 2023-24, frente a 24 sexenios de 2022-23 y los 19 del curso 2021-22). En el caso del Doble Grado en Turismo y Comercio se han incrementado pasando a 39 sexenios, siendo por tanto superior a los 34 sexenios de 2022-23. Debemos tener en cuenta que hasta el curso 2023-24, solo el profesorado permanente podía solicitar sexenios.

A continuación, valoramos los indicadores relacionados con el programa Docentia-UCM de los profesores del Grado en Comercio y del Doble Grado. Este programa evalúa la actividad docente individual de cada profesor en el marco de un modelo que incluye cuatro dimensiones: planificación y organización, desarrollo, resultados y procesos de reflexión, mejora y actualización de la actividad docente.

| | Grado en Comercio | | | |
|--|--|----------------------------------|----------------------------------|--|
| | Curso autoinforme acreditación 2021/22 | 1º curso de acreditación 2022/23 | 2º curso de acreditación 2023/24 | |
| IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente | 80,0% | 100% | 87,3% | |
| IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente | 84,8% | 100% | 91,9% | |
| IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado | 85,7% | 90,6% | 91,2% | |

| | Doble Grado en Turismo y Comercio | | | |
|--|--|----------------------------------|----------------------------------|--|
| | Curso autoinforme acreditación 2021/22 | 1º curso de acreditación 2022/23 | 2º curso de acreditación 2023/24 | |
| IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente | 74,7% | 100% | 85,4% | |
| IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente | 84,8% | 100% | 89,5% | |
| IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado | 84,2% | 83,3% | 88,2% | |

La tasa de participación en el programa de evaluación docente (Indicador IUCM-6) se sitúa en el 87,3% en el Grado en Comercio, porcentaje inferior al curso pasado que fue del 100%, pero superior al curso 2020-21 del autoinforme. De manera análoga ocurre en el Doble Grado Turismo y Comercio, se sitúa en el 85,4% frente al 100% del año anterior pero es superior al curso 2021-22 (74,7%).

En cuanto a la tasa de evaluaciones positivas del profesorado (IUCM-8), el 91,2% de los profesores del Grado en Comercio y el 88,2% del Doble Grado, han obtenido una evaluación positiva, muy positiva o excelente, porcentajes en ambos casos superiores al curso anterior.

También cabe destacar la participación y la organización de múltiples actividades complementarias, que podríamos calificar como de extensión universitaria, organizadas para el alumnado, que no serían posibles sin la activa participación del profesorado. Puede consultarse la memoria de actividades del curso 23-24

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/memoria-de-actividades-del-curso-23-24>

Al igual que en cursos anteriores, se ha mantenido en el curso 23-24 la impartición de seminarios propios de la Facultad de Comercio y Turismo, destinados a profesorado y estudiantes de doctorado, tal y como se refleja en la siguiente tabla.

| Nombre del Seminario | Destinatarios | Duración | Fecha de realización | Nº participantes |
|--|-------------------|--------------------|---|------------------|
| Análisis cualitativo en Ciencias Sociales: Uso de Atlas.ti | PDI y Doctorandos | Presencial 4 horas | 23 de octubre (lunes) 16:00-20:00 Aula 1 | 23 |
| Análisis cualitativo en Ciencias Sociales: Investigar y publicar usando Atlas.ti | PDI y Doctorandos | Presencial 4 horas | 6 de noviembre 16:00 a 20:00 h Aula 1 | 14 |
| Recursos digitales para fomentar la interacción, colaboración y participación en un aula de Ciencias Sociales | PDI | Presencial 4 horas | martes 21 de noviembre de 16:00 a 20:00 Aula 1 | 16 |
| Seminario aplicado a las Ciencias Sociales: accesibilidad, tecnología e inteligencia turística | PDI y Doctorandos | 4 horas Online | 28 y 29 de noviembre 17:00-19:00 | 19 |
| Seminario sobre Estadística básica para análisis de datos y publicación de resultados en la Facultad de Comercio y Turismo | PDI y Doctorandos | Presencial 6 horas | Martes 16 y miércoles 17 de enero de 16:00-19:00 Aula 5 | 25 |
| Learning Analytics con datos Moodle, una herramienta big data al servicio del docente de Comercio y Turismo | PDI | 3 horas Online | Jueves 13 de junio de 16:00 a 19:00 | 20 |
| Explotación de corpus en Ciencias Sociales: posibilidades de Sketch Engine | PDI | 3 horas Online | Martes 25 de junio de 10:00 a 12:00 | 16 |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| F7. Alto porcentaje de participación del profesorado en programas de evaluación. F8. Alto porcentaje de profesores/as con evaluaciones positivas y muy positivas. | D1. Ajustar el porcentaje de profesores permanentes que imparte docencia en el título a lo establecido en la Memoria de verificación |

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.

Tras la creación del Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria se ha unificado el sistema de quejas y sugerencias y como resultado de ello ha habido una mejora exponencial en el tratamiento de las mismas.

El sistema de quejas y reclamaciones funciona por tres vías:

CURSO 2023-24

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

Según la información disponible en el Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria de la Facultad de Comercio y Turismo, durante el curso **2023/2024**, se han recibido en la Facultad un total de 26 incidencias relacionadas con reclamaciones, quejas y sugerencias formalizadas por los estudiantes. De ellas, 19 de las quejas se han expresado de forma individual y 7 se han formalizado de forma colectiva, bien a través de estudiantes que han ejercido como portavoces de sus compañeros, de los delegados de curso, de la delegación de estudiantes y de los representantes de los estudiantes electos que son miembros de la Junta de Facultad. Cuando la queja formulada ha sido relativa a un mismo aspecto, se han unido las quejas individualmente formuladas a la queja colectiva y se les ha dado a todas un mismo tratamiento. Las quejas y sugerencias se han formulado por distintos canales, consolidando una acción de mejora que se implementó ya el año pasado y que facilita la existencia de múltiples vías de comunicación para atender las necesidades concretas de los estudiantes y mejorar la fluida comunicación entre las autoridades académicas y el alumnado. De las quejas formalizadas, 4 han sido gestionadas con la ayuda de la Defensoría del Universitario y 3 de ellas han sido elevadas a Inspección de Servicio. A la fecha de cierre de la presente memoria, las citadas 3 quejas están aún pendientes de una resolución definitiva, las restantes 23 han sido resueltas.

Prevalece la vía *on line* como principal canal de recepción de incidencias, aunque el número de quejas expresadas verbalmente y de las que se ha tomado registro ha aumentado en relación al cauce por instancia o por e-mail, que se mantiene como forma fundamental de expresión de sugerencias y quejas. Respecto del curso anterior, en el curso 2023-24 se ha mantenido el mismo número de incidencias registradas: 26.

Del total de incidencias registradas en la Facultad de Comercio y Turismo (26), el 30,7 % corresponden al Grado en Comercio (8), igual número, el 30,7 % corresponde al Grado en Turismo (8), el 26,9 % corresponde al Doble Grado en Comercio y Turismo (7), el 3,8 % corresponde al Doble Título Interuniversitario el Comercio y Diseño de Moda (1) y el 7,6 % corresponde al Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos (2).

La mayoría han tenido como motivo principal las no conformidades con calificaciones obtenidas en pruebas de evaluación y prácticas, así como la disconformidad con el sistema de evaluación establecido. También ha habido incidencias por ausencias no comunicadas del profesorado en los primeros días de inicio de semestre. 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, seguimiento y mediación por parte del equipo decanal entre las personas afectadas. En la mayor parte de las ocasiones las labores de mediación han sido efectivas a la hora de reconducir la incidencia. En otros casos, como los relacionados con calificaciones obtenidas en pruebas de evaluación, ha sido precisa la intervención de las respectivas Comisiones de Reclamaciones de los Departamentos correspondientes. Sólo en uno de los casos fue necesaria la labor mediadora de la Defensoría del Universitario. Las incidencias relacionadas con el trato verbal inadecuado, cuando se han considerado de gravedad, se han derivado al órgano competente o al Defensor del Universitario; si bien en la mayor parte de las ocasiones se han resuelto por medio del diálogo entre las partes afectadas, a veces contando con la ayuda de la dirección de los departamentos. Algunas de las quejas como la falta de profesorado asignado o la forma de examinar, evaluar y calificar aplicando lo que se indica en las guías docentes, se han comunicado a los docentes afectados y a la dirección de los departamentos implicados por ser ellos quienes tienen competencias sobre la docencia. En general, la actitud ante las quejas e incidencias ha sido proactiva y conciliadora.

Examinadas la totalidad de incidencias y quejas registradas se percibe un descenso, respecto del año pasado, en el número de quejas interpuestas por los estudiantes del Grado en Comercio y una distribución más homogénea de las quejas respecto de los diferentes estudios que se cursan en la Facultad. El grueso más importante sigue siendo la disconformidad con las calificaciones recibidas, con el sistema de evaluación y con la atención de los docentes, en particular durante los periodos de revisión de ejercicios.

Desde el año pasado el equipo decanal tiene arbitrado un procedimiento de quejas para que el profesorado pueda elevar quejas e incidencias y estas sean atendidas desde el vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado, no constando que haya habido ninguna queja este año.

| Fecha | Titulación | Categorización | Sexo | Vía |
|------------|---|---|-------------------|--|
| 20/09/2022 | Grado en Comercio | Falta de atención del profesor a la revisión de exámenes | mujer | Instancia al decanato |
| 21/09/2022 | Grado en Comercio | Imposibilidad de contactar con el profesor | hombre | Formulario de Sugerencias |
| 14/11/2023 | Doble grado en Turismo y Comercio | Espacio inadecuado para el desempeño docente | mujeres | Comunicación oral en el vicedecanato |
| 01/01/2024 | Grado en Comercio | Ausencia injustificada del profesor | hombres y mujeres | e mail de la vicedecana de profesorado |
| 02/02/2024 | Grado en Comercio | Ausencia injustificada del profesor | hombres y mujeres | e mail de la vicedecana de profesorado |
| 02/02/2024 | Doble título en Diseño de Moda y Comercio | Ausencia injustificada del profesor | hombres y mujeres | e mail de la vicedecana de profesorado |
| 06/02/2024 | Doble grado en Turismo y Comercio | Ausencia injustificada del profesor | hombres y mujeres | e mail |
| 14/02/2024 | Doble grado en Turismo y Comercio | Disconformidad con la calificación y sistema de organización del examen. | mujer | e mail |
| 14/02/2024 | Grado en Comercio | Disconformidad con el modo de examinar | mujer | Comunicación oral en una reunión con representantes de estudiantes |
| 11/04/2024 | Grado en Comercio | Falta de atención en la revisión de ejercicios y exámenes | mujer | Comunicación oral, e mail, reuniones on line |
| 24/05/2024 | Doble grado en Turismo y Comercio | Incoherencia del calendario de exámenes oficiales en segunda convocatoria con el calendario de prácticas externas | mujer | Instancia y e mails |
| 03/06/2024 | Doble grado en Turismo y Comercio | Disconformidad con el modo en que se impartió y evaluó la asignatura | hombre | e mail e instancia |
| 10/06/2024 | Doble grado en Comercio y Turismo | Disconformidad en la nota y con el modo en que se impartió la asignatura | hombre | Comunicación oral, instancia y e mail |
| 11/06/2024 | Grado en Comercio | Trato inadecuado y disconformidad con la calificación | hombre | e mail y conversación con profesor |
| 12/06/2024 | Grado en Comercio | Disconformidad con la calificación recibida | Mujer | e mail |
| 25/06/2024 | Doble Grado en Turismo y Comercio | Disconformidad con la nota y falta de atención del docente | mujer | e mail |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|-------------|
| F9. 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. | |
| F10. La existencia de un Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria creado ad hoc permite proporcionar un mejor servicio unificado y global a la hora de gestionar quejas, reclamaciones y sugerencias | |

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.

La cohorte de entrada para el cálculo de la tasa de graduación y de abandono del curso 2023-24 es el curso 2019-20.

INDICADORES DE RESULTADOS- Grado en Comercio

| *ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid | Curso autoinforme acreditación 2021/22 | 1º curso de acreditación 2022/23 | 2º curso de acreditación 2023/24 | 3º curso de acreditación 2024/25 |
|---|--|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas | 240 | 240(*) | 240 (*) | |
| ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso | 224 | 221 | 245 | |
| ICM-3 Porcentaje de cobertura | 93,30% | 92,08% | 114,42% | |
| ICM-4 Tasa de rendimiento del título | 75,57% | 79,23% | 77,37% | |
| ICM-5 Tasa de abandono-del título | 27,83% | 32,58% | 20,72% | |
| ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados | 82,82% | 85,01% | 89,06% | |
| ICM-8 Tasa de graduación | 44,44% | 41,41% | 59,39% | |
| IUCM-1 Tasa de éxito | 84,59% | 87,51% | 89,94% | |
| IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción | 94,42% | 92,09% | 68,84% | |
| IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones | 455,35% | 557,21% | 433,49% | |
| IUCM-4 Tasa de adecuación del grado | 39,73% | 41,63% | 47,97% | |
| IUCM-16 Tasa de evaluación del título | 89,34% | 90,54% | 88,99% | |

(*) 215 son del Grado en Comercio y 25 del Doble Título Diseño de Moda y Comercio

A continuación, se realiza un análisis de los resultados del Grado y Doble-Grado, así como una comparativa de ambos.

- ✓ Desde el curso 2016-17, las plazas de nuevo ingreso ofertadas se han mantenido. En el curso 2023-24 se ofertaron 215 del Grado en Comercio y 25 plazas para el doble Título de Diseño de Moda (UPM) y Grado en Comercio (ICM1).
- ✓ El número de alumnos matriculados de nuevo ingreso (ICM2) ha sido de 245 alumnos, por encima del curso anterior 2022-23 (221).
- ✓ El porcentaje de cobertura (ICM-3) es superior al curso pasado y se sitúa en el 114,42% (frente al 92,08%, del 2022-23). 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.

- ✓ La tasa de rendimiento del título (ICM-4) es del 77,37% en 2022-23 (79,23% en 2022-23), por tanto, similar a los cursos anteriores. 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 mejora considerablemente la tasa de abandono del título (ICM-5) disminuyendo hasta el 20,72% en 2023-24 (frente al 32,58% del curso 2022-23). Por tanto, los esfuerzos realizados en cursos anteriores han derivado en una mejora significativa de la tasa de abandono del título, situándose más cerca del objetivo fijado en la memoria de verificación del título del Grado en Comercio, la tasa de abandono debe ser como máximo del 15%.
- ✓ La tasa de eficiencia (ICM-7) de los egresados aumenta respecto a los años anteriores y se sitúa en 89,06% en 2023-24. Se cumple con lo establecido en la memoria de verificación que la sitúa en el 71%.
- ✓ También mejora considerablemente la tasa de graduación (ICM-8) siendo del 59,39% (frente al 41,41% del curso 2022-23). En este caso, se sigue cumpliendo con holgura con la tasa de graduación cuyo umbral se sitúa en el 20%. Además, el dato es a fecha de cierre del presente informe, por lo que todavía no están contemplados los alumnos que defienden en la convocatoria extraordinaria de septiembre su TFG.
- ✓ La tasa de éxito (IUCM-1) aumenta con respecto al curso anterior, siendo positiva y se sitúa en el 89,94% (frente al 87,51% en 2022-23).
- ✓ En cuanto a la tasa de demanda del grado en primera opción (IUCM-2), es bastante inferior al curso pasado, y se sitúa en el 68,84% (frente al 92,09% del curso 2022-23). Este es un dato que requiere seguimiento para observar su comportamiento en siguientes cursos. No obstante, la tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones (IUCM-3) sigue siendo elevado y se sitúa en el 433,49%.
- ✓ La tasa de adecuación del grado en el ingreso (IUCM-4) se sitúa en el 47,97% en 2023-24, por tanto, mejora con respecto al curso anterior (41,63% en 2022-23)
- ✓ En cuanto a la tasa evaluación del título (IUCM-16) es prácticamente constante en los últimos cuatro cursos, siempre en niveles altos cercanos al 90%, siendo en 2022-23 del 88,99%.

En cuanto al Doble Grado de Turismo y Comercio, la cohorte de entrada es el curso 2018-19.

| *ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid | Curso autoinforme acreditación 2021/22 | 1º curso de acreditación 2022/23 | 2º curso de acreditación 2023/24 | 3º curso de acreditación 2024/25 |
|---|--|--|--|--|
| ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas | 50 | 50 | 50 | |
| ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso | 47 | 49 | 47 | |
| ICM-3 Porcentaje de cobertura | 94% | 98% | 94% | |
| ICM-4 Tasa de rendimiento del título | 89,35% | 86,09% | 85,17% | |
| ICM-5 Tasa de abandono-del título | 28,57% | 15,09% | 16% | |
| ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados | 96,18% | 95,77% | 95,90% | |
| ICM-8 Tasa de graduación | 56,86% | 72,55% | 72,92% | |
| IUCM-1 Tasa de éxito | 93,65% | 84,81% | 93,49% | |

| | | | | |
|---|---------|---------|---------|--|
| IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción | 128,00% | 108,00% | 84,00% | |
| IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones | 970% | 908% | 846,00% | |
| ICUM-4 Tasa de adecuación del grado | 61,70% | 57,14% | 61,70% | |
| IUCM-16 Tasa de evaluación del título | 95,42% | 90,80% | 91,11% | |

En cuanto al Doble Grado Turismo y Comercio, los resultados son positivos. La tasa de rendimiento del título es del 85,17% y sigue estando por encima de la tasa de Grado en Comercio. Por otro lado, la tasa de abandono es de un 16% superando por un punto lo establecido en la memoria verifica del Grado en Comercio que es un 15%, sin embargo, todavía está por debajo de la de Comercio. Estas diferencias pueden explicarse por la selección del alumnado derivado de la alta demanda del Título, y como consecuencia de la mayor nota media de corte en la entrada del grupo hasta el momento. La tasa de graduación y de eficiencia de los egresados también son positivas, con un incremento positivo en los últimos 3 cursos académicos. En cuanto a la tasa de adecuación del Doble grado mejora con respecto al curso anterior.

La información detallada por asignaturas **ICMRA-2** es un instrumento tanto para analizar los resultados y facilitar el seguimiento de la titulación por la Comisión de Calidad como para facilitar la Coordinación.

ICMRA- 2: Resultados en las Asignaturas

Curso Académico: 2023-24

Centro: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: GRADO EN COMERCIO (0831)

| Asignatura | Carácter | Matriculados | 1ª matricula | 2ª Matricula y sucesivas | Apr. / Mat. | Apr. / Pres. | N.P. / Pres. | Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat | NP | SS | AP | NT | SB | MH |
|--|-------------|--------------|--------------|--------------------------|-------------|--------------|--------------|----------------------------|----|----|-----|----|----|----|
| ANALISIS CONTABLE | OBLIGATORIA | 229 | 177 | 52 | 72,49% | 82,18% | 11,79% | 74,58% | 27 | 36 | 121 | 36 | 9 | 0 |
| ANÁLISIS Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE DATOS CUALITATIVOS DE CLIENTES | OPTATIVA | 26 | 24 | 2 | 80,77% | 95,45% | 15,38% | 83,33% | 4 | 1 | 6 | 11 | 3 | 1 |
| COACHING Y DESARROLLO PERSONAL | OPTATIVA | 138 | 136 | 2 | 94,93% | 97,76% | 2,90% | 94,85% | 4 | 3 | 60 | 59 | 12 | 0 |
| COMERCIO ELECTRONICO | OBLIGATORIA | 173 | 153 | 20 | 86,71% | 97,40% | 10,98% | 88,89% | 19 | 4 | 100 | 41 | 8 | 1 |
| COMERCIO INTERNACIONAL | OBLIGATORIA | 193 | 180 | 13 | 90,67% | 95,63% | 5,18% | 92,22% | 10 | 8 | 108 | 64 | 3 | 0 |
| COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR | OBLIGATORIA | 178 | 172 | 6 | 91,57% | 98,19% | 6,74% | 93,60% | 12 | 3 | 93 | 49 | 19 | 2 |
| COMUNICACIÓN COMERCIAL: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN | OBLIGATORIA | 217 | 196 | 21 | 83,41% | 90,05% | 7,37% | 86,73% | 16 | 20 | 84 | 79 | 16 | 2 |
| CONTABILIDAD | OBLIGATORIA | 317 | 238 | 79 | 54,89% | 71,02% | 22,71% | 57,14% | 72 | 71 | 111 | 48 | 14 | 1 |
| CONTABILIDAD DE COSTES | OBLIGATORIA | 232 | 176 | 56 | 74,57% | 88,72% | 15,95% | 75,57% | 37 | 22 | 116 | 37 | 14 | 6 |
| CONTABILIDAD INFORMATICA | OPTATIVA | 34 | 32 | 2 | 88,24% | 96,77% | 8,82% | 90,63% | 3 | 1 | 11 | 8 | 10 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|-----|-----|-----|---------|---------|--------|---------|----|-----|-----|----|----|---|
| PARA LA GESTIÓN COMERCIAL | | | | | | | | | | | | | | |
| CONTROL CONTABLE DE LAS EMPRESAS COMERCIALES | OPTATIVA | 26 | 26 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 5 | 16 | 5 | 0 |
| CREACION DE EMPRESAS | OBLIGATORIA | 206 | 185 | 21 | 84,47% | 86,57% | 2,43% | 84,32% | 5 | 27 | 105 | 58 | 10 | 1 |
| DERECHO CIVIL | TRONCAL / BASICA | 372 | 249 | 123 | 65,05% | 77,56% | 16,13% | 65,06% | 60 | 70 | 144 | 83 | 11 | 4 |
| DERECHO LABORAL | OBLIGATORIA | 188 | 167 | 21 | 86,17% | 97,01% | 11,17% | 90,42% | 21 | 5 | 71 | 59 | 30 | 2 |
| DERECHO MERCANTIL | OBLIGATORIA | 223 | 185 | 38 | 81,17% | 90,50% | 10,31% | 86,49% | 23 | 19 | 87 | 60 | 33 | 1 |
| DERECHO TRIBUTARIO | OBLIGATORIA | 202 | 185 | 17 | 91,58% | 97,37% | 5,94% | 95,14% | 12 | 5 | 119 | 52 | 9 | 5 |
| DISTRIBUCION COMERCIAL Y GESTION LOGISTICA | OBLIGATORIA | 174 | 167 | 7 | 90,23% | 97,52% | 7,47% | 92,22% | 13 | 4 | 52 | 87 | 17 | 1 |
| ECONOMIA ESPAÑOLA Y MUNDIAL | TRONCAL / BASICA | 268 | 247 | 21 | 79,85% | 82,95% | 3,73% | 82,19% | 10 | 44 | 113 | 95 | 2 | 4 |
| ESTADISTICA: ANALISIS DE DATOS E INFERENCIA | TRONCAL / BASICA | 224 | 192 | 32 | 83,48% | 92,57% | 9,82% | 86,46% | 22 | 15 | 98 | 77 | 8 | 4 |
| FUNDAMENTOS DEL MARKETING | OBLIGATORIA | 253 | 228 | 25 | 79,45% | 84,45% | 5,93% | 78,95% | 15 | 37 | 114 | 77 | 10 | 0 |
| GESTION DE CALIDAD | OPTATIVA | 101 | 100 | 1 | 94,06% | 97,94% | 3,96% | 95,00% | 4 | 2 | 26 | 52 | 16 | 1 |
| GESTION DE COMPRAS E INVENTARIOS | OBLIGATORIA | 212 | 168 | 44 | 59,91% | 64,14% | 6,60% | 63,10% | 14 | 71 | 68 | 53 | 3 | 3 |
| GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS | OBLIGATORIA | 182 | 175 | 7 | 93,96% | 97,16% | 3,30% | 95,43% | 6 | 5 | 79 | 80 | 9 | 3 |
| GESTION DE VENTAS Y NEGOCIACION COMERCIAL | OBLIGATORIA | 184 | 165 | 19 | 79,89% | 84,48% | 5,43% | 83,03% | 10 | 27 | 105 | 41 | 1 | 0 |
| GESTION FINANCIERA | TRONCAL / BASICA | 312 | 217 | 95 | 59,62% | 73,81% | 19,23% | 61,29% | 60 | 66 | 102 | 76 | 7 | 1 |
| HISTORIA ECONOMICA Y DEL COMERCIO | TRONCAL / BASICA | 300 | 243 | 57 | 55,33% | 59,07% | 6,33% | 55,97% | 19 | 115 | 133 | 33 | 0 | 0 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL II: INGLÉS | OPTATIVA | 42 | 42 | 0 | 92,86% | 97,50% | 4,76% | 92,86% | 2 | 1 | 11 | 21 | 7 | 0 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 4 | 3 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 8 | 8 | 0 | 87,50% | 100,00% | 12,50% | 87,50% | 1 | 0 | 0 | 3 | 4 | 0 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: INGLÉS | OBLIGATORIA | 170 | 162 | 8 | 88,24% | 94,34% | 6,47% | 91,36% | 11 | 9 | 41 | 86 | 19 | 4 |
| IDIOMA PARA LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL: INGLÉS | OPTATIVA | 46 | 46 | 0 | 93,48% | 100,00% | 6,52% | 93,48% | 3 | 0 | 16 | 19 | 7 | 1 |
| IDIOMA: ALEMÁN | TRONCAL / BASICA | 7 | 7 | 0 | 85,71% | 100,00% | 14,29% | 85,71% | 1 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 |
| IDIOMA: FRANCÉS | TRONCAL / BASICA | 12 | 12 | 0 | 83,33% | 100,00% | 16,67% | 83,33% | 2 | 0 | 0 | 6 | 3 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------|-----|-----|-----|--------|---------|--------|--------|----|----|-----|----|----|---|
| IDIOMA: INGLÉS | TRONCAL / BASICA | 205 | 204 | 1 | 85,37% | 95,11% | 10,24% | 85,78% | 21 | 9 | 84 | 70 | 17 | 4 |
| INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL | TRONCAL / BASICA | 185 | 173 | 12 | 88,11% | 92,09% | 4,32% | 91,33% | 8 | 14 | 111 | 49 | 2 | 1 |
| INTRODUCCION A LA ECONOMIA | TRONCAL / BASICA | 459 | 293 | 166 | 66,88% | 76,75% | 12,85% | 64,16% | 59 | 93 | 239 | 63 | 0 | 5 |
| INVESTIGACION COMERCIAL | OBLIGATORIA | 187 | 180 | 7 | 93,05% | 95,60% | 2,67% | 93,89% | 5 | 8 | 77 | 77 | 19 | 1 |
| MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL | OPTATIVA | 85 | 84 | 1 | 87,06% | 98,67% | 11,76% | 86,90% | 10 | 1 | 36 | 33 | 4 | 1 |
| MARKETING ENTRE ORGANIZACIONES | OPTATIVA | 77 | 75 | 2 | 94,81% | 100,00% | 5,19% | 97,33% | 4 | 0 | 46 | 24 | 3 | 0 |
| MARKETING ESTRATEGICO | OBLIGATORIA | 177 | 167 | 10 | 93,79% | 97,08% | 3,39% | 95,21% | 6 | 5 | 66 | 89 | 11 | 0 |
| MATEMATICAS | TRONCAL / BASICA | 298 | 226 | 72 | 56,04% | 68,72% | 18,46% | 61,50% | 55 | 76 | 139 | 27 | 1 | 0 |
| MATEMATICAS PARA LA GESTIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 301 | 187 | 114 | 60,80% | 76,25% | 20,27% | 58,29% | 61 | 57 | 146 | 32 | 2 | 3 |
| MERCHANDISING Y GESTION DE CATEGORIAS | OPTATIVA | 94 | 94 | 0 | 95,74% | 97,83% | 2,13% | 95,74% | 2 | 2 | 46 | 36 | 6 | 2 |
| MICROECONOMIA | OBLIGATORIA | 223 | 172 | 51 | 65,47% | 85,88% | 23,77% | 68,02% | 53 | 24 | 86 | 51 | 7 | 2 |
| ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS | TRONCAL / BASICA | 275 | 244 | 31 | 82,55% | 87,98% | 6,18% | 85,25% | 17 | 31 | 99 | 93 | 26 | 9 |
| POLITICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | OPTATIVA | 74 | 73 | 1 | 90,54% | 100,00% | 9,46% | 91,78% | 7 | 0 | 22 | 28 | 16 | 1 |
| POLITICAS DE COMERCIO INTERIOR | OPTATIVA | 66 | 66 | 0 | 90,91% | 95,24% | 4,55% | 90,91% | 3 | 3 | 37 | 19 | 4 | 0 |
| PRACTICAS EXTERNAS (GESTIÓN COMERCIAL) | PRACTICAS EXTERNAS | 173 | 167 | 6 | 75,72% | 99,24% | 23,70% | 77,25% | 41 | 1 | 1 | 37 | 92 | 1 |
| SIMULACION COMERCIAL | OPTATIVA | 47 | 47 | 0 | 95,74% | 100,00% | 4,26% | 95,74% | 2 | 0 | 11 | 30 | 4 | 0 |
| TECNICAS ESTADISTICAS MULTIVARIABLES EN GESTIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 199 | 166 | 33 | 78,89% | 91,28% | 13,57% | 84,94% | 27 | 15 | 77 | 60 | 16 | 4 |
| TRABAJO FIN DE GRADO (COMERCIO) | PROYECTO FIN DE CARRERA | 168 | 127 | 41 | 76,19% | 100,00% | 23,81% | 81,10% | 40 | 0 | 32 | 94 | 2 | 0 |

Puede observarse que todas las asignaturas superan el 50% de aprobados. Tan solo 10 asignaturas se sitúan por debajo del 70% de aprobados/matriculados. Estos datos son similares a los cursos anteriores. Si observamos los porcentajes de aprobados/presentados, los datos son de nuevo muy positivos en 2023-24, por ejemplo, 11 asignaturas obtienen un 100% de aprobados, y salvo 3 asignaturas, el resto supera el 70%.

ICMRA- 2: Resultados en las Asignaturas

Curso Académico: 2023-24

Centro: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: **GRADO EN COMERCIO (0831)**

| Asignatura | Carácter | Matriculados | 1ª matrícula | 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 | 38 | 34 | 4 | 63,16% | 88,89% | 28,95% | 64,71% | 11 | 3 | 20 | 4 | 0 | 0 |
| COACHING Y DESARROLLO PERSONAL | OPTATIVA | 33 | 32 | 1 | 96,97% | 100,00% | 3,03% | 96,88% | 1 | 0 | 10 | 17 | 5 | 0 |
| COMERCIO ELECTRÓNICO | OBLIGATORIA | 42 | 41 | 1 | 90,48% | 95,00% | 4,76% | 92,68% | 2 | 2 | 16 | 21 | 1 | 0 |
| COMERCIO INTERNACIONAL | OBLIGATORIA | 38 | 33 | 5 | 89,47% | 97,14% | 7,89% | 96,97% | 3 | 1 | 13 | 21 | 0 | 0 |
| COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR | OBLIGATORIA | 33 | 32 | 1 | 96,97% | 100,00% | 3,03% | 100,00% | 1 | 0 | 8 | 20 | 4 | 0 |
| COMUNICACIÓN COMERCIAL: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN | OBLIGATORIA | 39 | 39 | 0 | 92,31% | 92,31% | 0,00% | 92,31% | 0 | 3 | 10 | 23 | 3 | 0 |
| CONTABILIDAD | OBLIGATORIA | 42 | 39 | 3 | 83,33% | 87,50% | 4,76% | 82,05% | 2 | 5 | 23 | 9 | 3 | 0 |
| CONTABILIDAD DE COSTES | OBLIGATORIA | 46 | 37 | 9 | 80,43% | 90,24% | 10,87% | 83,78% | 5 | 4 | 23 | 13 | 0 | 1 |
| CONTABILIDAD INFORMÁTICA PARA EL COMERCIO | OPTATIVA | 22 | 22 | 0 | 95,45% | 100,00% | 4,55% | 95,45% | 1 | 0 | 0 | 14 | 6 | 1 |
| CREACIÓN DE EMPRESAS | OBLIGATORIA | 39 | 37 | 2 | 97,44% | 100,00% | 2,56% | 100,00% | 1 | 0 | 23 | 14 | 1 | 0 |
| DERECHO ADMINISTRATIVO DEL TURISMO | OBLIGATORIA | 41 | 40 | 1 | 97,56% | 100,00% | 2,44% | 97,50% | 1 | 0 | 23 | 10 | 7 | 0 |
| DERECHO CIVIL | TRONCAL / BASICA | 50 | 45 | 5 | 74,00% | 80,43% | 8,00% | 75,56% | 4 | 9 | 27 | 8 | 1 | 1 |
| DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL | OBLIGATORIA | 37 | 34 | 3 | 91,89% | 94,44% | 2,70% | 94,12% | 1 | 2 | 26 | 7 | 1 | 0 |
| DERECHO MERCANTIL | OBLIGATORIA | 44 | 42 | 2 | 93,18% | 97,62% | 4,55% | 97,62% | 2 | 1 | 22 | 18 | 1 | 0 |
| DERECHO TRIBUTARIO | OBLIGATORIA | 32 | 31 | 1 | 93,75% | 96,77% | 3,13% | 96,77% | 1 | 1 | 15 | 14 | 1 | 0 |
| DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS TURÍSTICAS | OBLIGATORIA | 36 | 34 | 2 | 97,22% | 97,22% | 0,00% | 97,06% | 0 | 1 | 11 | 23 | 1 | 0 |
| DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y GESTIÓN LOGÍSTICA | OBLIGATORIA | 39 | 35 | 4 | 89,74% | 94,59% | 5,13% | 91,43% | 2 | 2 | 16 | 18 | 0 | 1 |
| ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL | TRONCAL / BASICA | 48 | 47 | 1 | 79,17% | 95,00% | 16,67% | 80,85% | 8 | 2 | 32 | 6 | 0 | 0 |
| ESTADÍSTICA: ANÁLISIS DE DATOS E INFERENCIA | TRONCAL / BASICA | 41 | 40 | 1 | 92,68% | 95,00% | 2,44% | 95,00% | 1 | 2 | 17 | 15 | 5 | 1 |
| FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA | TRONCAL / BASICA | 52 | 46 | 6 | 63,46% | 71,74% | 11,54% | 60,87% | 6 | 13 | 30 | 3 | 0 | 0 |
| FUNDAMENTOS DE MARKETING | OBLIGATORIA | 47 | 47 | 0 | 74,47% | 87,50% | 14,89% | 74,47% | 7 | 5 | 16 | 19 | 0 | 0 |
| GEOGRAFÍA DEL TURISMO | TRONCAL / BASICA | 44 | 44 | 0 | 86,36% | 95,00% | 9,09% | 86,36% | 4 | 2 | 19 | 18 | 1 | 0 |
| GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS Y RESTAURACIÓN | OBLIGATORIA | 39 | 39 | 0 | 94,87% | 94,87% | 0,00% | 94,87% | 0 | 2 | 25 | 10 | 1 | 1 |
| GESTIÓN DE CALIDAD | OPTATIVA | 24 | 24 | 0 | 91,67% | 91,67% | 0,00% | 91,67% | 0 | 2 | 2 | 14 | 6 | 0 |
| GESTIÓN DE COMPRAS E INVENTARIOS | OBLIGATORIA | 45 | 34 | 11 | 66,67% | 75,00% | 11,11% | 67,65% | 5 | 10 | 20 | 10 | 0 | 0 |
| GESTIÓN DE EVENTOS TURÍSTICOS | OPTATIVA | 38 | 37 | 1 | 89,47% | 100,00% | 10,53% | 89,19% | 4 | 0 | 8 | 21 | 4 | 1 |
| GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS | OBLIGATORIA | 46 | 46 | 0 | 97,83% | 100,00% | 2,17% | 97,83% | 1 | 0 | 18 | 26 | 1 | 0 |
| GESTIÓN DE TOUROPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES | OBLIGATORIA | 41 | 39 | 2 | 95,12% | 95,12% | 0,00% | 94,87% | 0 | 2 | 17 | 21 | 1 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|----|----|---|---------|---------|--------|---------|----|----|----|----|----|---|
| GESTIÓN DE TRANSPORTES TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 51 | 49 | 2 | 96,08% | 98,00% | 1,96% | 97,96% | 1 | 1 | 15 | 30 | 4 | 0 |
| GESTIÓN DE VENTAS Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 40 | 36 | 4 | 92,50% | 94,87% | 2,50% | 97,22% | 1 | 2 | 22 | 15 | 0 | 0 |
| HISTORIA ECONÓMICA DEL TURISMO Y DEL COMERCIO | TRONCAL / BASICA | 48 | 45 | 3 | 75,00% | 75,00% | 0,00% | 75,56% | 0 | 12 | 36 | 0 | 0 | 0 |
| INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN | OBLIGATORIA | 40 | 40 | 0 | 95,00% | 100,00% | 5,00% | 95,00% | 2 | 0 | 7 | 27 | 3 | 1 |
| INGLÉS I | TRONCAL / BASICA | 44 | 44 | 0 | 79,55% | 100,00% | 20,45% | 79,55% | 9 | 0 | 2 | 20 | 11 | 2 |
| INGLÉS II | OBLIGATORIA | 41 | 40 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 10 | 26 | 5 | 0 |
| INGLÉS III | OBLIGATORIA | 35 | 34 | 1 | 97,14% | 100,00% | 2,86% | 100,00% | 1 | 0 | 9 | 21 | 4 | 0 |
| INTRODUCCIÓN A LA ANTRPOLOGÍA SOCIAL | TRONCAL / BASICA | 43 | 43 | 0 | 86,05% | 97,37% | 11,63% | 86,05% | 5 | 1 | 3 | 26 | 7 | 1 |
| INVESTIGACIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 40 | 40 | 0 | 92,50% | 94,87% | 2,50% | 92,50% | 1 | 2 | 16 | 19 | 2 | 0 |
| MADRID Y SU REGIÓN TURÍSTICA | OPTATIVA | 10 | 10 | 0 | 90,00% | 100,00% | 10,00% | 90,00% | 1 | 0 | 4 | 5 | 0 | 0 |
| MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL | OPTATIVA | 14 | 14 | 0 | 92,86% | 100,00% | 7,14% | 92,86% | 1 | 0 | 3 | 8 | 2 | 0 |
| MARKETING ESTRATÉGICO | OBLIGATORIA | 40 | 39 | 1 | 97,50% | 100,00% | 2,50% | 97,44% | 1 | 0 | 6 | 28 | 5 | 0 |
| MATEMÁTICAS PARA EL COMERCIO | OBLIGATORIA | 49 | 40 | 9 | 57,14% | 60,87% | 6,12% | 52,50% | 3 | 18 | 27 | 1 | 0 | 0 |
| ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS | TRONCAL / BASICA | 48 | 47 | 1 | 87,50% | 91,30% | 4,17% | 87,23% | 2 | 4 | 34 | 8 | 0 | 0 |
| PATRIMONIO CULTURAL: HISTORIA DEL ARTE | TRONCAL / BASICA | 43 | 43 | 0 | 72,09% | 86,11% | 16,28% | 72,09% | 7 | 5 | 24 | 7 | 0 | 0 |
| PATRIMONIO TERRITORIAL, FLUJOS Y RECURSOS TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 41 | 41 | 0 | 97,56% | 100,00% | 2,44% | 97,56% | 1 | 0 | 22 | 14 | 2 | 2 |
| PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 43 | 41 | 2 | 81,40% | 83,33% | 2,33% | 80,49% | 1 | 7 | 28 | 7 | 0 | 0 |
| PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DE RECURSOS CULTURALES | OPTATIVA | 4 | 4 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| POLÍTICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | OPTATIVA | 11 | 11 | 0 | 90,91% | 100,00% | 9,09% | 90,91% | 1 | 0 | 2 | 4 | 4 | 0 |
| POLÍTICA TURÍSTICA | OBLIGATORIA | 30 | 29 | 1 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 10 | 19 | 1 | 0 |
| POLÍTICAS DE COMERCIO INTERIOR | OPTATIVA | 13 | 13 | 0 | 92,31% | 92,31% | 0,00% | 92,31% | 0 | 1 | 3 | 6 | 2 | 1 |
| PRÁCTICAS EXTERNAS (COMERCIO) | PRACTICAS EXTERNAS | 40 | 37 | 3 | 80,00% | 100,00% | 20,00% | 81,08% | 8 | 0 | 0 | 10 | 22 | 0 |
| PRÁCTICAS EXTERNAS (TURISMO) | PRACTICAS EXTERNAS | 50 | 49 | 1 | 62,00% | 100,00% | 38,00% | 61,22% | 19 | 0 | 0 | 9 | 22 | 0 |
| PRAGMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL | OPTATIVA | 23 | 23 | 0 | 95,65% | 100,00% | 4,35% | 95,65% | 1 | 0 | 0 | 5 | 15 | 2 |
| PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO | OPTATIVA | 13 | 13 | 0 | 92,31% | 92,31% | 0,00% | 92,31% | 0 | 1 | 1 | 8 | 3 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO I: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 10 | 10 | 0 | 80,00% | 80,00% | 0,00% | 80,00% | 0 | 2 | 2 | 5 | 0 | 1 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO I: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 38 | 35 | 3 | 78,95% | 100,00% | 21,05% | 77,14% | 8 | 0 | 14 | 9 | 7 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO II: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 11 | 11 | 0 | 81,82% | 81,82% | 0,00% | 81,82% | 0 | 2 | 3 | 4 | 2 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO II: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 32 | 29 | 3 | 78,13% | 80,65% | 3,13% | 79,31% | 1 | 6 | 12 | 13 | 0 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO III: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 8 | 8 | 0 | 87,50% | 87,50% | 0,00% | 87,50% | 0 | 1 | 1 | 5 | 1 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO III: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 30 | 26 | 4 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 19 | 11 | 0 | 0 |
| SIMULACIÓN COMERCIAL | OPTATIVA | 17 | 17 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 2 | 12 | 3 | 0 |
| SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO | TRONCAL / BASICA | 45 | 45 | 0 | 86,67% | 97,50% | 11,11% | 86,67% | 5 | 1 | 3 | 13 | 21 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|----|----|---|---------|---------|--------|---------|----|---|----|----|----|---|
| TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIABLES EN COMERCIO | OBLIGATORIA | 34 | 34 | 0 | 88,24% | 100,00% | 11,76% | 88,24% | 4 | 0 | 13 | 16 | 0 | 1 |
| TRABAJO DE FIN DE GRADO COMERCIO | PROYECTO FIN DE CARRERA | 35 | 27 | 8 | 60,00% | 95,45% | 37,14% | 66,67% | 13 | 1 | 0 | 20 | 1 | 0 |
| TRABAJO DE FIN DE GRADO TURISMO | PROYECTO FIN DE CARRERA | 37 | 28 | 9 | 64,86% | 100,00% | 35,14% | 60,71% | 13 | 0 | 4 | 13 | 5 | 2 |
| TURISMO, SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE | OPTATIVA | 14 | 14 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 2 | 1 | 10 | 1 |

Los resultados del Doble Grado son mejores que los del Grado en Comercio, tal vez por la mayor nota media de entrada en la titulación, que implica un rendimiento académico de los alumnos levemente superior desde el primer año. No obstante, a la hora de realizar comparaciones hay que tener en cuenta que son titulaciones con una maduración muy distinta y con un número de alumnos por aula mucho menor en el doble grado, lo que permite una atención mucho más personalizada, siendo muy significativo señalar que al igual que curso anterior, en 2023-24 sólo una materia está por debajo del 70% y 6 asignaturas tienen el 100 % de aprobados frente a matriculados, estando la mayoría de las restantes materias en porcentajes por encima del 80%. Si tenemos en cuenta los aprobados versus presentados, las cifras son muy positivas, habiendo 27 asignaturas que presentan un 100% de aprobados.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| F11. 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 | D2. La tasa de abandono en el Grado en Comercio sigue situándose por encima de lo establecido en la memoria de verificación, pero ha mejorado respecto al curso anterior (20%) D3. Ha disminuido la tasa de alumnos que solicitan el grado en comercio en 1ª opción (68,84% en 2023-24 frente al 92,09% en 2022-23) |

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. Las encuestas de satisfacción de los diferentes colectivos, son validadas por el Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid. La Dirección del Centro y la Coordinación del Grado en Comercio facilitan los medios para su aplicación. Se realizan con periodicidad anual. Están implantadas para alumnos, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos.

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. Observamos una evolución de los indicadores IUCM 13, 14 y 15 satisfactorios. Se comentan a continuación cada uno de ellos en función de los colectivos:

ALUMNADO

En el curso 23-24, detectamos que la satisfacción global del alumnado con el Grado en Comercio (IUCM-13) ha sido de 6,3, lo que significa que ha bajado dos décimas con respecto al año anterior 22-23 pero es mejor cifra que en 21-22 que se situó en 6,0. En general se mantiene la tendencia positiva en la mejora de la satisfacción global a lo largo de los cursos.

Los aspectos mejor valorados por el alumnado son la satisfacción con los programas de movilidad (8,3) y de manera específica con la formación recibida en el extranjero (8,3), el número de alumnos por aula (7,4) el nivel de dificultad adecuado (6,7), y las competencias adquiridas (6,7). Los aspectos peor valorados son la atención al estudiante (4,9), el contenido innovador (5,1), la gestión del centro dentro del apartado prácticas externas (5,2) y la consideración de materiales ofrecidos poco novedosos (5,3).

La evolución de los indicadores de satisfacción con el título es en general satisfactoria. Las puntuaciones de los alumnos, se mantienen en niveles de cursos anteriores, aunque hay margen para la mejora.

PROFESORADO

En cuanto a la satisfacción del personal docente e investigador con el título del Grado en Comercio (IUCM-14), es positiva a lo largo de los últimos cursos académicos y se sitúa en el curso 2023-24 en el 8,2, siendo una décima superior al curso pasado (8,2 en 2021-22). En relación con aspectos de la titulación, destaca positivamente la puntuación obtenida en calificaciones en la formación académica (9,3), las calificaciones en tiempo adecuado (9,2), el orgullo PDI de la UCM (9,0), cumplimiento del programa (9,3). El único indicador que encontramos más bajo es el aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado (5,5) si bien mejora en un punto con respecto al año anterior.

PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

La satisfacción del PAS se valora de forma global en la Facultad de Comercio y Turismo. En el curso 2023-24 valora su satisfacción con la facultad con un 7, siendo los aspectos mejor valorados, la relación con compañeros del Servicio (10), la comunicación con la gerencia del Centro (9.6), la organización del trabajo en la unidad (9,5), la comunicación con otras unidades (9) la realización de tareas correspondientes a su trabajo (9,5).

| | Grado en comercio | | | |
|---|--|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Curso autoinforme acreditación 2021/22 | 1º curso de acreditación 2022/23 | 2º curso de acreditación 2023/24 | 3º curso de acreditación 2024/25 |
| IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título | 6 | 6,5 | 6,3 | |
| IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título | 8,3 | 8,1 | 8,2 | |
| IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro | 6,3 | 8,8 | 7 | |

En el Doble Grado, la satisfacción global del alumnado con el título es notable, valorándose en 6.9. Los aspectos mejor valorados de la titulación son el programa de movilidad (9,3), el número de alumnos por aula (8,1) y la satisfacción con las prácticas externas (8,5) valorando además de forma muy positiva la labor del tutor de prácticas (7,8). Los aspectos peor valorados son el contenido innovador (5,0), el componente práctico adecuado (5,8) así como el acceso al mundo de la investigación (5,6).

En cuanto a la satisfacción de los docentes con la titulación es bastante positiva (8,4) obteniendo un valor muy parecido al del año anterior. Los aspectos más valorados son la formación académica impartida (9,3), la posibilidad de repetir como PDI de esta titulación (9,6) y la gestión de los procedimientos administrativos comunes que se hacen en la titulación (9,3). Mientras que lo peor valorados el aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado (5,7). La participación del PDI ha sido ligeramente inferior que, en el curso académico anterior, pasando de 25 encuestas a 22, lo que supone una participación del 17,74%.

Por último, el PAS valora su satisfacción con la facultad, ya comentada en párrafos anteriores junto con Grado en Comercio.

| | Doble Grado en turismo y comercio | | | |
|---|--|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Curso autoinforme acreditación 2021/22 | 1º curso de acreditación 2022/23 | 2º curso de acreditación 2023/24 | 3º curso de acreditación 2024/25 |
| IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título | 6,9 | 7,3 | 6,9 | |
| IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título | 8,5 | 8,6 | 8,4 | |
| IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro | 6,3 | 8,8 | 7 | |

PARTICIPACIÓN ALUMNADO, PROFESORADO Y PERSONAL DE ADMÓN. Y SERVICIOS

En el informe final de seguimiento externo de Fundación Madri+d, se nos recomendó incrementar la participación de los de los diferentes colectivos para que los resultados tengan significatividad estadística. En general, la participación en el Grado en Comercio de los diferentes colectivos está en sintonía con la media de la UCM.

El total de alumnos que han realizado la encuesta en el Grado de Comercio en 2023-24 ha sido del 9,5% (94 alumnos) frente al 8,9% (89 alumnos) del curso anterior por lo que ha mejorado ligeramente.

En el Doble Grado en Turismo y Comercio la participación del alumnado en el curso 2023-24 también ha aumentado, siendo del 16,9% (37 estudiantes), superior al curso 2022-23 que fue del 10,0% (23 estudiantes).

Las encuestas de satisfacción del personal de Administración y Servicios (PAS) en 2023-24 no incorpora distinción por titulaciones, dado que se presta servicio de forma conjunta a todas ellas.

En el curso 2023-24, la participación es similar al curso anterior, siendo de 5 personas (frente a 6 de 2022-23) lo que supone un 14,37% del total

En cuanto al profesorado, en 2023-24 han participado un 29% (45 profesores de un total de 153) del Grado en Comercio, porcentaje superior al 2023-23 que se situó en el 23% (35 profesores de 152). Estos porcentajes también son mejores que los tres años anteriores (en 2021-22 participaron 23 profesores-12,4% y en 2020-21 15 participaron 15 profesores-11,2%). Por tanto, se confirma la mejora en la participación del PDI en las encuestas de satisfacción. En el caso del Doble grado también se ha visto incrementada esta participación pasando de registrar una participación de 22 profesores de 124 (17,74%), frente a los 16 profesores de 129 (12,4%) en el curso 22-23.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| F12. La satisfacción y compromiso del profesorado es elevado. | D4. En las encuestas de satisfacción, alumnos, PDI y el PAS, la participación es mejorable aunque ha aumentado con respecto a cursos anteriores |
| F13 Se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores) | |

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

El Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid tiene establecido un procedimiento para recabar información sobre egresados e inserción laboral. Este procedimiento se basa en una encuesta de satisfacción con la titulación de egresados cuyo envío se realiza al año siguiente al del curso de finalización de

estudios, mientras que la encuesta de inserción laboral se realiza dos años después del curso de finalización. El período de trabajo de campo se lleva a cabo entre mayo y junio.

En cuanto a la metodología, se trata de encuestas online basadas en un sistema CAWI propio del Vicerrectorado de Calidad, con envíos de correos electrónicos de invitación con un enlace de acceso individual para el encuestado, y un correo recordatorio a aquellos egresados que no han respondido al cuestionario a la fecha del recordatorio.

Las Encuestas de Satisfacción de Egresados del Rectorado del curso 23-24 han sido contestadas por 13 graduados del Grado en Comercio (6,4% de participación), siendo el mismo porcentaje de participación que el curso anterior. Se muestran satisfechos con las competencias adquiridas de organización (8,4), trabajar en equipo (8,1), asumir responsabilidades (8,0) y manejar dificultades (8,0). Los resultados obtenidos son similares al curso anterior y mejora significativamente la satisfacción con la titulación, alcanzando el 6,7 en 2023-24 (ICUM-29), frente al 3,9 del curso 2022-23.

<https://comercioyturismo.ucm.es/resultados-de-la-encuesta-de-insercion-laboral-de-los-egresados>

Desde la Facultad de Comercio y Turismo se complementan estas acciones con la elaboración de material divulgativo que facilita la comprensión de la finalidad de las distintas encuestas y mediante campañas de recogida de datos para la elaboración de informes de inserción propios. En el curso 2021-22 se ha puesto en marcha una iniciativa piloto para recabar información sobre la trayectoria de egresados a través de la red profesional LinkedIn. También se ha enviado un cuestionario de inserción laboral dirigido a antiguos alumnos que ha obtenido un volumen de respuestas superior a iniciativas anteriores. Este estudio arroja conclusiones de interés. Con una muestra de 50 egresados, y en concreto 21 del Grado en Comercio, confirma una alta empleabilidad de los egresados de la Facultad de Comercio y Turismo, así como una alta satisfacción con los estudios realizados y la situación laboral actual. Las actividades con mayor frecuencia en donde se encuentran los egresados del grado de Comercio son administración (20%), Comercio (16%) y consultoría (11%). Todos los observados también trabajan por cuenta ajena. Un 38% de los graduados en Comercio trabaja en empresas líderes del sector (p.ej. E&Y, Banco Santander, Huawei). Asimismo, se observa en las observaciones de egresados más lejanos a 2022, la existencia de puestos de Manager frente a las promociones más recientes, lo cual indica una consolidación de la carrera profesional de acuerdo con el grado de experiencia.

En relación con los estudios posteriores realizados, el 50% de los alumnos graduados en Comercio muestran que han realizado una formación posterior, como máster relacionado, MBA, otro o curso MOOCS. En cuanto a la satisfacción, los datos muestran que la mayor parte de los participantes valoran muy positivamente la relación de la actividad que desempeñan con lo que estudiaron en la facultad de Comercio y Turismo. En general se encuentran bastantes satisfechos con su situación laboral. La contribución de la titulación a la hora de encontrar trabajo muestra una mayor dispersión resultando una valoración global media. El estudio se encuentra disponible en la web de la Facultad de Comercio y Turismo <https://comercioyturismo.ucm.es/informes-sobre-egresados>

Los últimos datos procedentes de encuestas de inserción laboral de los estudiantes egresados en Comercio (2023-24), facilitados por el Vicerrectorado de Calidad, muestra una participación de los egresados del 10,3% (12 alumnos de un total de 113), porcentaje ligeramente inferior al curso 2022-23 (14,8%) pero todavía muy superior al 4% del 2021-22. La tasa de inserción laboral en el curso 2023-24 es del 83,3% (IUCM-30), porcentaje ligeramente inferior a los dos cursos anteriores (89,3% en 2022-23 y 87,5% en 2021-22), pero sigue siendo bastante superior a la media de la Universidad Complutense de Madrid (77,8%). En el curso 2023-24, el 27,3% encontró empleo antes de finalizar sus estudios de grado, y valoran con un 8,09 sobre 10 puntos su satisfacción con su trabajo actual, cifra superior al curso 2022-23 que se situó en el 7,63.

| | Curso autoinforme acreditación 2021/22 | 1º curso de acreditación 2022/23 | 2º curso de acreditación 2023/24 | 3º curso de acreditación 2024/25 |
|---|--|--|--|--|
| IUCM-29 Tasa de satisfacción egresados con la formación recibida | 5,8 | 3,9 | 6,7 | |

| | | | | |
|--|-------|-------|-------|--|
| IUCM-30 Tasa de inserción laboral egresados | 87,5% | 89,3% | 83,3% | |
|--|-------|-------|-------|--|

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| F14. Existencia de un sistema de encuestas a egresados (UCM) F15. Sistema alternativo para obtención de datos de trayectorias profesionales de inserción (FCyT) | D5. Participación mejorable 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 se encarga de la gestión de los convenios para que se puedan realizar las movilidades. 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, siendo el principal el programa Erasmus.

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.

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.

Todas las convocatorias de movilidad específicas son publicadas en la web de la facultad y publicitadas a través de las redes sociales. Inmediatamente después de la publicación de la convocatoria del programa Erasmus, la Oficina de Movilidad convoca a los 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.

En el marco del programa Erasmus, en el curso 2023-24 la Facultad de Comercio y Turismo recibió a 65 estudiantes de Grado-incoming (frente a los 70 estudiantes recibidos del curso 2022-23), de los cuales 68 cursaron asignaturas del Grado de Comercio o Turismo, procedentes de 10 países diferentes. A su vez 12 alumnos de Grado en Comercio y 17 del Doble Grado Turismo y Comercio, lo que hace un total de 48 alumnos (frente a los 37 del curso anterior 2023-24). Hay una diferencia total de 17 alumnos de incoming con respecto a los outgoing.

Según los datos de la “Encuesta de Satisfacción de Estudiantes” la satisfacción con el programa de movilidad en el curso 2023-24 ha sido de 8,3 en el caso de los alumnos del Grado en Comercio y de 8,5 en el Doble Grado, y la satisfacción con la formación recibida en el extranjero alcanza la calificación de 8,3 y de 9,3 respectivamente. Se confirma estos datos positivos al igual que en cursos anteriores.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|-------------|
| F16. Alta satisfacción de alumnos en programas de movilidad. | |
| F17. Gestión administrativa eficaz de los programas de movilidad. | |
| F18. Alta oferta de convenios disponibles para acciones 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 y académica del programa de prácticas en empresas de la Facultad de Comercio y Turismo 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. Esta plataforma se implantó en la Facultad por primera vez en el curso 2015/16, siendo una de las primeras Facultades de la UCM en utilizar este soporte informático para todas sus titulaciones con gran éxito y excelencia.

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 estudiante.

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.

El procedimiento prevé también los mecanismos necesarios para garantizar la coordinación entre tutor académico y tutor en la empresa.

Desde el año académico 2016-17 se realizan 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 de una formación importante para los estudiantes de grado y máster.

Los convenios de prácticas se suscriben con toda la Universidad y para todas las titulaciones. Suele ser habitual que las empresas establezcan contacto con el Centro para acoger estudiantes en prácticas y es la Oficina de Prácticas quien gestiona y realiza la propuesta para establecer el Convenio de Cooperación Educativa con la UCM.

Las prácticas externas se diferencian entre curriculares y extracurriculares. Las curriculares se incluyen en el plan de estudios y son obligatorias para la obtención del título, por lo que la tasa de participación del alumnado es del 100%. Por su parte las prácticas no curriculares son voluntarias, no se califican y se reflejan en el suplemento europeo del título.

En el Grado en Comercio, durante el curso 2023-24, un total de 163 alumnos realizaron prácticas curriculares, frente a los 168 de 2023-23, por tanto cifras similares. Se ofertaron para el grado en comercio un total de 297 ofertas.

La evaluación final de los estudiantes de Comercio en 2023-24, al igual que cursos anteriores, 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 161 alumnos. Los alumnos consideran que las prácticas les sirven para aplicar los conocimientos adquiridos en el grado en un porcentaje alto o muy alto (68,32%), la formación recibida en el Grado le ha preparado para la realización de las prácticas (70,8 % lo considera en un grado alto o muy alto), el grado de relación entre las competencias adquiridas en el Grado y las prácticas externas es alto o muy alto para un 72,05%, y en cuanto a si las prácticas favorecen la adquisición de conocimientos y desarrolla competencias para ejercer la profesión, lo hacen de manera elevada o muy elevada para un 89,44%. Por último, para un 95,66% las prácticas son un complemento necesario o muy necesario para su formación.

En el doble grado de turismo-comercio, la encuesta ha sido realizada por 34 estudiantes. Las valoraciones son también muy positivas, en todos los indicadores. Asimismo, en la encuesta general sobre satisfacción de los estudiantes del grado, la puntuación obtenida por la satisfacción con las prácticas académicas externas curriculares es de 8 sobre 10 en el Grado en Turismo y de 8,5 en el Doble Grado en Turismo y Comercio. Todos estos datos hay que valorarlos como muy positivos, sobre todo, teniendo en cuenta las dificultades inherentes al desarrollo de las prácticas en un momento como el actual, condicionado por los confinamientos y situación

sanitaria cambiante.

Estos buenos datos también se corresponden con una valoración muy positiva de los tutores de las empresas empleadoras. En la encuesta de valoración, los tutores opinan en porcentajes muy elevados que los alumnos adquieren en grado alto o muy alto capacidades técnicas (89,44%), de aprendizaje (95,03%), de organización y planificación (91,31%), capacidad analítica y crítica, (88,82%) de trabajo y constancia (93,79%), entre otras. Consideran que la formación del estudiante es adecuada al contenido de las prácticas, de manera elevada o muy elevada (91,93%), las prácticas realizadas por el estudiante han contribuido favorable o muy favorablemente a la empresa (92,54%), y el 95,65% se muestra satisfecho o muy satisfecho con el estudiante. El número de tutores que ha realizado la encuesta ha sido de 161, siendo una cifra elevada, del 98,77%.

En cuanto a la satisfacción de los tutores académicos el Grado en comercio, es elevada. Han realizado el cuestionario un total de 156 tutores. Los estudiantes tienen buena actitud ante la práctica (99,36%), el grado en el que se considera que se han cumplido los objetivos del programa de prácticas (98,08%) y la adecuación del contenido de la práctica a la titulación (94,87%).

El listado de empresas (161) para Grado en Comercio es el siguiente:

| Listado de empresas | |
|--|---|
| 12325 El Corte Inglés, S.A. | 17610 Ecoalf Recycled Fabrics, S.L. |
| 3760 Vodafone España, S.A.U. | 30484 Agencia de Consultoría XXI, S.L.U. |
| 31203 Cloud Workspaces, S.L. | 20749 Esasia Qiancheng, S.L. |
| 28987 Mobius Diversos, S.L. | 29894 Esesie, S.L. |
| 16000 Smart Protection, S.L. | 23475 Plenum Instalaciones y Proyectos, S.L. |
| 3808 Centros Comerciales Carrefour, S.A. | 29928 Lend the Label, S.L. |
| 11615 Ticjob, S.L. | 3570 QDQ Media, S.A.U. |
| 15178 Haike Marketing, SL | 11354 Aristocrazy, S.A. |
| 26234 Abaco Digital Developments, S.L. | 13537 Iberdrola España, S.A.U. |
| 4504 Information Resources España, S.L. | 32330 Javerman Investments Group, S.L. (Tecnología) |
| 14449 Easyfairs Iberia SL | 27606 Nanjing Young West Study Abroad Service Co.,Ltd |
| 31501 Ixorigue Tehcnologies, S.L. | 32374 DataDope, SL (DataDope) |
| 31428 Paloma Pacheco Turnes | 20450 Aplicaciones y Tratamientos de Sistemas, S.A. |
| 27806 Fisi-on Franquicias S.L. | 17879 Actitud de Comunicación, S.L. |
| 23352 Kaki Global, S.L. | 18694 Grupo Tebu España S.L. |
| 9408 Howden Iberia, S.A.U. | 4486 Workcenter Servicios Globales de Documentación, S.A. |
| 31515 Carlos Bing Wang Xu | 23963 Gestora Chamberi, S.L.U. |
| 4455 Siemens, S.A. | 1977 Toyo Publicidad General, S.L. |
| 7904 Awin Global Affiliate Network, S.L. | 15929 Plus Ultra Seguros, S.A. |
| 22908 Metastartup, S.L. | 32471 Revolución Sostenible SL |
| 8490 Loomis Spain S.A. | 28016 Kiatt Centre Portfolio, S.L.U. |
| 68 GFK Emer Ad Hoc Research S.L. | 22413 TimeOne Engaging Audiences S.L.U. |
| 12302 Euroforum Escorial, S.A. | 16705 Wamos Air, S.A. |
| 15455 Mobius Automotive, S.L. | 19400 Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid |
| 5461 Lime XL Communication, S.A. | 32637 Grupo Crosalia, S.L. |
| 31667 EV MMC Spain SLU | 19874 Interfinanciamiento Soluciones, S.L. |
| 22543 Yue Jia, SL (Yue Jia, S.L.) | 26320 Paradise Events, S.L.U. |
| 21534 Zhumeng International Education, S.L. | 1142 Grandes Almacenes Fnac España, S.A. |
| 4322 Arrow Enterprise Computing Solutions, S.A.U. | 32645 Movilidad Terrestre Integral, SL (Comercial) |
| 15579 Autotransporte Turístico Español, S.A. | 30015 Easy Group Iberia, S.L. |
| 2480 Restel, S.A. | 30250 ADS Seguros INTL, S.L.U. |
| 29090 María Amor Martínez Illarza | 32502 Rocyp Construcciones SL |
| 8089 Samsung Electronics Iberia, S.A.U. | 21856 Pizzerías Di Carlo, SL |
| 19788 Teknei Information Technology, S.L. | 32427 ONueve Directo Industria, SL |
| 31848 Ayscom Datatec, S.L. | 12726 Mapfre, S.A. |
| 14214 Suministros Médicos Sanitarios, S.A. | 32674 Vasuak, SL |
| 28707 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (Subsecretaría de Industria, Comercio y Turismo) | 32664 Andres Escudero Rojo |
| 3762 ASSA ABLOY Entrance Systems SPAIN, S.A | 28577 Box2box, S.L. |
| 3782 DIA Retail España, S.A.U. | 30183 Infoluske, S.L. |

| | |
|--|--|
| 9480 Froggies Producciones, S.L. | 32601 Talleres Jysa, SL |
| 30223 Munidigital, S.L. | 5820 Agrupación de Comerciantes de Segovia |
| 28914 Comunycarse Network Consultants, S.L. | 4323 Avalmadrid, S.G.R. |
| 31344 Market Química, C.B. | 14666 Palace Promotions Hotel, S.L.U. |
| 25725 Orianna Zancanaro Vercesi | 875 Indra Sistemas, S.A. |
| 31908 Noatum Logistics, S.L.U. | 19172 Macmillan Iberia, S.A.U. |
| 23981 Huverfruit, S.L. | 32675 Dahn Ghun, S.L. |
| 14195 Telefónica Educación Digital, S.L. | 29151 Decortienda 2000, S.A. |
| 31986 Zhaoyin Han | 32825 Deasterra Partners, S.L. |
| 11670 Sotec Consulting, S.L. | 26981 Legal Vip Consulting Services, S.L. |
| 11352 XCape Cancun, S.L. | 32496 JAJA Educación Internacional, SL |
| 18835 Unimik S.L. | 13639 NH Hoteles España, S.A. |
| 27434 Don Quixote Tours, S.L. | 32665 Melius Energica, S.L. |
| 29926 Strohm Bathroom Solutions S.A. (Supply Chain) | 32844 Carrocerías Carralser, SL |
| 4466 V-Valley Advanced Solutions España, S.A.U. | 13079 Pepper Assets Service, S.L. |
| 5829 Aula Abierta, S.A. | 32833 Yougov Spain, S.L. |
| 15177 Ioon Technologies, S.L.U. | 32882 Astra Leads, S. L |
| 8669 Chep España, S.A. | 2473 Ramón Carús y Cía, S.A. |
| 29992 HR AI Solutions Factory, S.L. | 26080 Javier Gejo García |
| 27103 Edyals Marketing, S.L. | 32254 eCM Corporate Finance, S.L. |
| 8171 Compañía Auxiliar al Cargo Express, S.A. | 23229 Power Education, S.L. |
| 1530 Biotóner & R. Sistemas Ecológicos, S.L. | 25273 Dealer Best, S.L. |
| 17799 COFARES Corporación, S.L.U. | 23861 Mystreetbook Technology for Emotive Environments, SL |
| 19478 ASOCIACION COMERCIANTES ELECTRODOMESTICOS, MUEBLES DE COCINA Y AUTONOMOS | 10448 Telefónica Ingeniería de Seguridad, S.A.U. |
| 8635 Ediciones Reunidas, S.A. | 32636 Bluetab Solutions, S.L.U. |
| 31925 Techon Software, S.L. | 32491 ASG Homes Propcorp SLU |
| 32219 GASOLERO PUBLICIDAD, SL (Cuentas y nuevo negocio) | 32442 JP Iris Zahara Spain, SL |
| 31960 Medway Training, S.L.U. | 32938 Menttoriza Hub, SL (Marketing) |
| 29574 MONTAJES DELSAZ (RECURSOS HUMANOS) | 33055 Materiales de Construcción Mafer SLU |
| 17633 Internetsia, S.L. | 32995 Club Las Encinas de Boadilla |
| 20714 Bioprocess Technology, S.L. | 33066 Bio y Saludable SL |
| 13428 Lefebvre - El Derecho, S.A. | 32922 Ultra Fashion Group, SL |
| 1436 Smartclip Hispania, S.L. | 30992 Enfoka Sistemas Globales, S.L. |
| 24380 Nexus Fostering Partnership, S.L. | 33073 José Manuel Sánchez |
| 2195 Plenum Ingenieros, S.L. | 33034 Antipodes Digital, S.L. |
| 32345 JAJA Consulting, S.L. | 14155 Gestión Educativa Consultores, S.L. |
| 5389 Skechers USA Iberia, S.L. | 33104 Maderas y Palets Navas, S.L. |
| 6454 Interway, S.A. | 32311 Hotel Porcel Torregarden, S.L. |
| 32259 Innobooster, S.L. (Consultoria) | 18966 Adjinn Control y Análisis, S.L. |
| 32431 Treatwell Spain, S.L. | 27831 AHORA SI, SOLUVID, S.L. |
| 28459 Sardi 2020, S.L. | 11446 Euroconsultoría Formación Empresa, S.L. |
| 28069 Lonja Online Española S.L. | |

Mientras que para Doble Grado en el área de comercio, el listado de empresas (82) es el siguiente:

| | |
|--|--|
| 25885 WEI Alicante, S.L.U. | 28987 Mobius Diversos, S.L. |
| 31453 Dahua Iberia, S.L. | 26234 Abaco Digital Developments, S.L. |
| 28016 Kiatt Centre Portfolio, S.L.U. | 31049 PROTUR HOTELS |
| 12788 Explotadora Madrid Tower, S.L.U. | 31514 Bombo Comunicación S.L (Marketing) |
| 31539 Cnood Europe S.A. | 10075 Eurostars Hotel Company, S.L. |
| 30818 Belleville Talents Agency, S.L. | 31585 INS Global Employment Solutions, S.L. |
| 12302 Euroforum Escorial, S.A. | 15455 Mobius Automotive, S.L. |
| 20967 Tu Bebebox, S.L. | 29090 Maria Amor Martinez Illarza |
| 26320 Paradise Events, S.L.U. | 31492 Telecomunicaciones Integradas One Telecom, S.L. |
| 15579 Autotransporte Turístico Español, S.A. | 31658 Instituto de Mercadotecnia y Marketing de Resultados, SL |
| 11352 XCape Cancun, S.L. | 14214 Suministros Médicos Sanitarios, S.A. |
| 3762 ASSA ABLOY Entrance Systems SPAIN, S.A | 9480 Froggies Producciones, S.L. |
| 25725 Orianna Zancanaro Vercesi | 27434 Don Quixote Tours, S.L. |
| 23981 Huverfruit, S.L. | 11670 Sotec Consulting, S.L. |
| 15654 Lacerta Hotels, S.L. | 31501 Ixorigue Tehcnologies, S.L. |

| | |
|---|---|
| 31048 BH Promotel Gestión, S.L. | 32140 Rodeo |
| 31777 Mercedes-Benz Trucks España | 5829 Aula Abierta, S.A. |
| 30179 David Morán Cacho | 32207 ACTUALIZATEC GROUP, SL |
| 21257 San Mateo 3 Hostel, S.L. | 27971 Voiash Discover International S.L.U. |
| 31925 Techon Software, S.L. | 32219 GASOLERO PUBLICIDAD, SL (Cuentas y nuevo negocio) |
| 23960 Viajes Nones, SL | 14155 Gestión Educativa Consultores, S.L. |
| 10217 Yumping Adventure, S.L. | 14837 INICIATIVAS ESPECIALES S.L. |
| 17633 Internetsia, S.L. | 20714 Bioprocess Technology, S.L. |
| 32379 Sundara Depilación con Hilo, SL | 32263 Maria Susana Delgado Lara |
| 24380 Nexus Fostering Partnership, S.L. | 32345 JAJA Consulting, S.L. |
| 226 Fundación Amas Social | 28459 Sardi 2020, S.L. |
| 30484 Agencia de Consultoría XXI, S.L.U. | 12517 Clidea Desarrollo, S.A. |
| 32432 Claelgon, SL | 16646 Centro Comercial Portugal, S.A. |
| 29660 Revenue Labs, S.L. | 32532 Ambar, otros viajes, S.L. |
| 4486 Workcenter Servicios Globales de Documentación, S.A. | 7602 Eurest Colectividades, S.L. |
| 32521 Netberry Servicios de Internet, S.L. | 23963 Gestora Chamberi, S.L.U. |
| 32471 Revolución Sostenible SL | 32087 Insights Discovery España, S.L. |
| Vileal, S.L. | Expeditors International España, S.A. |
| Canary Track & Electronics, SL (Canary Track y Electronics, SL) | Multi Platform Content, S.L. |
| Ramón Carús y Cía, S.A. | NH Hoteles España, S.A. |
| Easyfairs Iberia SL | Daimler Truck Financial Services España, EFC, S.A.U. |
| Bares y Tabernas, S.L. | Project HBH Alcobendas S.L. |
| JAJA Educación Internacional, SL | ADS Seguros INTL, S.L.U. |
| TCH Hostel Burgos de Pamplona, S.L. | Mystreetbook Technology for Emotive Environments, SL |
| Pipote, S.L. | ASG Proyectos Hoteleros Atocha Opco 1, S.L. |
| Pernod Ricard Winemakers Spain, S.A.U. | Núñez de Arenas, S.L. |
| 1977 Toyo Publicidad General, S.L. | 30992 Enfoka Sistemas Globales, S.L. |
| 3836 Hertz España, S.L.U. | |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|-------------|
| F19. Alta satisfacción de alumnos de prácticas externas. | |
| F20. Gestión transparente y eficaz del programa de prácticas a través de la Plataforma GIPE | |

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.

El informe de seguimiento UCM del curso 2022-23, está disponible en el siguiente link: [Informe de seguimiento UCM curso 22/23](#)

A continuación, se reflejan las recomendaciones realizadas y las acciones que se han llevado a cabo:

1. INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO: Se cumplen con todos los aspectos valorados. Existe una observación: “Se recomienda mejorar la accesibilidad a los horarios y calendario académico desde la web del grado”.

Acción emprendida: los horarios y el calendario están disponibles en el enlace de la Facultad de Comercio y Turismo: <https://comercioyturismo.ucm.es/organizacion-del-curso>

La información relativa a horarios y calendarios está dentro de la web del Grado en Comercio, en concreto en GRADO EN COMERCIO/DETALLES DE LA TITULACIÓN/ACCESO Y ADMISIÓN/INFORMACIÓN ESPECÍFICA:

CALENDARIO ACADÉMICO Y HORARIOS: <https://comercioyturismo.ucm.es/organizacion-del-curso>

Este mismo enlace al calendario académico y los horarios se ha incorporado a la web del centro que unifica la información sobre los grados para mejorar su accesibilidad: <https://comercioyturismo.ucm.es/grado>

2. ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO: Se cumplen con todos los aspectos valorados. No hay recomendaciones ni observaciones.

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 2023-2 se llevaron las siguientes acciones como parte del Plan de Mejoras propuesto para la titulación:

- Se ha mantenido la Coordinación entre las Comisiones de TFG de los Grados de Comercio y Turismo, celebrando reuniones conjuntas cuando es necesario y homogeneizando procedimientos y documentación.
- Se ha mantenido una reunión entre la Coordinación y los delegados de curso para mejorar la comunicación con los estudiantes.
- Se ha mantenido y mejorado el campus específico de coordinación de TFG para agilizar los procesos de gestión y comunicación con los tutores e informarles de los procedimientos.
- Se han mantenido reuniones con el Decanato para insistir en la necesidad de plazas de profesores permanentes
- Se ha transmitido la importancia de las Encuestas de Satisfacción al PDI, estudiantes, PAS y egresados
- Se ha continuado y reforzado el sistema interno de encuestas a egresados
- Se ha estudiado la tasa de abandono según las memorias de verificación de títulos similares
- Se ha trabajado sobre las plazas de nuevo ingreso y se han revisado todos los cálculos realizados

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 2023-24, La Fundación para el Conocimiento Madrimasd, órgano de evaluación en el ámbito universitario de la Comunidad de Madrid, ha evaluado el seguimiento del Grado en Comercio en el marco establecido por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. Con fecha 14 de mayo de 2024 emitió el Informe final de renovación de la acreditación en términos de **FAVORABLE**. El informe es público en la página web del propio título forma fácilmente accesible en el siguiente link: <https://www.ucm.es/file/com-ifa-2024-g-comercio>

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

Recomendación 1.- Se recomienda realizar una adecuada coordinación de las distintas asignaturas y grupos, especialmente en lo referido a la homogeneización de los exámenes por asignatura.

Recomendación 2.- Se deben establecer mecanismos que aseguren que los estudiantes de nuevo ingreso cuentan con las habilidades lingüísticas necesarias para el correcto desarrollo del título.

Recomendación 3.- Se recomienda respetar el número de las plazas de nuevo ingreso aprobado en la Memoria de Verificación.

Respecto a la recomendación 1:

En cuanto a la primera recomendación, la coordinación de asignaturas en el Grado en Comercio es una prioridad, realizando un esfuerzo importante y constante a lo largo del tiempo. Por este motivo, existen mecanismos específicos de coordinación vertical y horizontal en el Grado en Comercio. A través de estos mecanismos se persigue la óptima coordinación de todo lo referente al Grado en Comercio, y de modo particular entre las asignaturas, grupos y exámenes. Todos los cursos académicos se realizan reuniones de coordinación del título y coordinadores de asignaturas, como mínimo 3. Se transmite la obligatoriedad del cumplimiento de las guías docentes acordes a la memoria verificación del título, así como la realización del examen final equivalente por asignatura (aprobado en Comisión de Calidad), con una única fecha oficial publicada en la web de la Facultad de cada asignatura, para todos los grupos. Cada curso académico, se realiza una reunión con los delegados de todos los grupos, para recoger las sugerencias y posibles problemas de coordinación entre asignaturas y posteriormente se traslada al equipo Decanal así como a los coordinadores de asignatura para solventar los problemas. Destacar también el protocolo de revisión y aprobación de guías docentes del Grado en Comercio y para el Doble Grado en Turismo y Comercio, impulsado desde el Vicedecanato de Estudios y Calidad hacia los departamentos, coordinadores de asignaturas y coordinación de Grado. Este protocolo, se pone en marcha todos los cursos académicos. A través de este procedimiento se coordinan contenidos de asignaturas y se evita los posibles solapamientos.

Respecto a la recomendación 2:

En relación con la necesidad de contar con mecanismos que aseguren las habilidades lingüísticas de los alumnos para cursar el Grado en Comercio, es requisito imprescindible de admisión para todos los alumnos no hispanohablantes, acreditar mediante certificado estar en posesión del nivel mínimo B2 en español o en su defecto superar el examen de nivel realizado por la Universidad. Una vez cumplido este requisito, existen algunas iniciativas (inmersión lingüística y ayuda de alumnos mentores) complementarias y exclusivamente para la mejora idiomática. De esta manera se garantiza que todos los alumnos cuentan con las habilidades lingüísticas de castellano para el correcto desarrollo del título.

Respecto a la recomendación 3:

En cuanto a la tercera recomendación, sobre respetar el número de plazas de nuevo ingreso aprobado en la memoria de Verificación, consideramos que, según los datos proporcionados por nuestro sistema de recogida de información (SIDI), en todos los cursos académicos se han respetado el número de plazas de nuevo ingreso. En ningún caso se han superado las plazas de la memoria verificación del Grado en Comercio, aprobado en un total 300 plazas (sin distinguir entre Grado en Comercio y Doble Grado), según se muestra a continuación en la siguiente tabla a modo de resumen:

| Nº de plazas | 2020-21 | 2021-22 | 2022-23 | 2023-24 |
|--|---------|---------|---------|---------|
| Memoria verifica Grado en Comercio | 300 | 300 | 300 | 300 |
| Matrícula de nuevo ingreso Grado Comercio (incluye los alumnos del Doble Título Diseño de Moda y Comercio) | 250 | 224 | 221 | 245 |
| Matrícula de nuevo ingreso Doble Grado Turismo y Comercio | 49 | 47 | 49 | 47 |
| Cobertura (%) | 99,67% | 90,33% | 90,00% | 97,3% |
| Fuente: SIDI (UCM) | | | | |

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

Recomendación 1.- Se recomienda adoptar medidas que permitan incrementar la participación en las encuestas de los grupos de interés, y especialmente en el caso de los estudiantes y profesores.

Respecto a la recomendación 1.

En cuanto a la adopción de medidas que permitan incrementar la participación de los grupos de interés en las encuestas, la Facultad de Comercio y Turismo y la Universidad Complutense de Madrid, vienen realizando numerosos esfuerzos para su mejora, en especial de estudiantes y profesores. Se han adoptado medidas basadas en las siguientes acciones: realización de campañas de comunicación (sirva de ejemplo: Dale la Vuelta, dirigida a los estudiantes), envío de correos, cartelería en la Facultad, etc. Fruto de todo esto, en el curso 2022-23 se observa una mejora en la participación de los implicados (8,9% de participación de alumnos y 23% de profesores). En el curso 2023-24, los datos de participación han aumentado, han participado un total de un 9,5% de alumnos y un 29% de profesorado.

Estas iniciativas están incorporadas en los planes de mejora del Grado en Comercio y medidas de mejora a desarrollar, en los cursos 20-21, 21-22, 22-23 y en el actual 23-24. Por tanto, hay una propuesta firme de seguir trabajando en esta línea que vaya mejorando considerablemente con respecto a las participaciones iniciales.

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

Recomendación 1.- Se debe ajustar el porcentaje de profesores permanentes que imparte docencia en el título a lo establecido en la Memoria de verificación.

Recomendación 2.- En futuros procesos de evaluación, se debe aportar toda la información sobre el profesorado del título para su correcta evaluación

Respecto a la recomendación 1

Desde Rectorado se ha puesto en marcha varios planes para profesorado. Actualmente está vigente el plan de actuaciones en materia de profesorado 2024, con diferentes programas: programa de estabilización, programa de promoción, programa de fortalecimiento y programa de potenciación estratégica (<https://www.ucm.es/portaldetransparencia/plan-actuaciones-profesorado>). Este plan sustituye al anterior de Actuaciones en Profesorado (2020-2023) que se puede consultar (<https://www.ucm.es/plan-actuaciones-profesorado-2020-23>). Entre las acciones de los planes de actuación destacan las convocatorias anuales para la estabilización de profesorado que permite la acelerar la promoción de profesores a Tiempo completo no permanente hacia figuras permanentes. Destaca la convocatoria de plazas de potenciación estratégica, en la que los departamentos pueden realizar propuestas de creación de plaza de PDI a las facultades (como facultad se pueden proponer hasta 2 propuestas al año), siendo en la facultad de Comercio y Turismo criterio indispensable para aprobar la propuesta que sean plazas de personal a TC promocionable a permanente. Si tenemos en cuenta la previsión de estabilización de los profesores ayudantes doctores, la diferencia entre profesores permanentes y no permanentes en el Grado en Comercio se reduce considerablemente. En concreto, el profesorado permanente y los profesores ayudantes doctores imparten en 2023-24 el 47,9% en el Grado en Comercio y el 52,9% en el Doble Grado Turismo y Comercio de la totalidad de créditos impartidos.

Respecto a la recomendación 2.

En cuanto a la segunda recomendación sobre la falta de información de la experiencia docente del profesorado, dicha información no ha sido comentada con más detalle debido a que en la Tabla 01A-Estructura personal académico Universidades Públicas, a diferencia de las Tablas 01B (universidades privadas) y 01C (Entidades colaboradoras), no aparece de manera específica la columna de años de experiencia docente. En el informe presentado sí se recogen y explican con detalle información relevante sobre el profesorado y solicitada de manera explícita, como el número de doctores, los sexenios de investigación, la producción científica, el programa de evaluación docente, etc.

El informe de renovación argumenta la necesidad de mejorar el número de sexenios alcanzados por el profesorado del Grado en Comercio. Comentar que el número de sexenios de investigación ha aumentado

considerablemente a 47 sexenios en 2023-24, frente a 24 sexenios de 2022-23 y los 19 del curso 2021-22). En el caso del Doble Grado en Turismo y Comercio se han incrementado pasando a 39 sexenios, siendo por tanto superior a los 34 sexenios de 2022-23. Debemos tener en cuenta que hasta el curso 2023-24, solo el profesorado permanente podía solicitar sexenios.

Por otra parte, el informe de renovación de la acreditación comenta la participación del profesorado en los programas de formación, reconociendo una amplia oferta, pero con asistencia reducida. En este sentido, debemos distinguir entre los planes de formación propios de la Facultad de Comercio y Turismo (plan de formación-investigación para el profesorado) y los cursos de Formación Permanente de la UCM. Según los datos facilitados, los profesores que imparten docencia en la Facultad de Comercio y Turismo han participado activamente en los cursos propios de la Facultad. Por ejemplo, en 21-22 se ofertaron un total de 4 cursos, con una participación en general elevada, de hasta 18 profesores por curso y en 22-23, se ofertaron 8 cursos con participación de hasta 30 profesores. En cambio, sí encontramos una participación baja como señala el informe de acreditación en los cursos de Formación Permanente generales de la UCM. Esto viene justificado porque son cursos dirigidos a la totalidad de la comunidad universitaria, con un cupo bastante reducido en comparación con el volumen de profesores solicitantes. Por tanto, en realidad los profesores sí participan activamente en los cursos ofertados por la Facultad de Comercio y Turismo.

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Recomendación 1.- Se recomienda implementar acciones de mejora para reducir las tasas de abandono.

Respecto a la recomendación 1

Desde el curso 21-22, los planes de mejora descritos en las memorias de seguimiento del título recogen esta situación como una debilidad “la tasa de abandono del título se sitúa por encima de la tasa de verificación”, y se proponen acciones específicas para su reducción, comenzando con una vigilancia y explicación en la Comisión de calidad de los problemas de la tasa de abandono y continuando con un estudio de las asignaturas que acumulan un porcentaje de suspensos superior a la media, con la intención de valorar las causas y encontrar soluciones al respecto. Adicionalmente, como acción de mejora en el curso 22-23, se propuso un estudio comparativo con datos de otros títulos de Grados similares, para valorar una posible modificación de la tasa de abandono en la Memoria de Verificación del título en Comercio, debido a que su umbral es bastante bajo (15%) cuando además se están cumpliendo holgadamente las tasas de rendimiento, eficiencia, graduación y éxito. El estudio arrojó como conclusión principal, que la tasa de abandono se sitúa en Grados similares en el 20% (por ejemplo, en los grados de Administración y Dirección de Empresas, Economía de la Universidad Complutense de Madrid, o de Comercio en la Universidad de Vigo).

No obstante, debido a las acciones de mejora implantadas (mayor coordinación vertical y horizontal en el Grado, actualización de las metodologías docentes, sistemas de valoración homogéneo) observamos que en 2023-24 ha mejorado considerablemente la tasa de abandono del título, disminuyendo 12 puntos y situándose en el 20,72% (frente al 32,58% del curso 2022-23). Por tanto, los esfuerzos realizados en cursos anteriores han derivado en una mejora significativa de la tasa de abandono del título, situándose más cerca del objetivo fijado en la memoria de verificación del título del Grado en Comercio (15%). En el Doble Grado en Turismo y Comercio, la tasa de abandono es del 16% por lo que solo supera un punto lo establecido en la memoria verifica del Grado en Comercio.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| F21. La puesta en marcha de las acciones propuestas por las agencias evaluadoras correspondientes ha incrementado e impulsado las acciones de mejora de la titulación. | D6. Existen recomendaciones en el informe de renovación de acreditación en varios criterios de evaluación del desarrollo del título que requieren acciones de mejora. |

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

En 2019, se presentó ante el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes la solicitud para modificación del Grado en Turismo, habiéndose recibido informe favorable: https://www.ucm.es/file/informe-de-verificacion-modificado-2019_1_2_3_4 El detalle de estas modificaciones solicitadas fue incorporado en la memoria anual de seguimiento del curso anterior.

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 Grado en Comercio 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.

| | FORTALEZAS | Análisis de la fortaleza* | Acciones para el mantenimiento de las fortalezas |
|---|---|---------------------------|---|
| Estructura y funcionamiento del SGIC | <p>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).</p> <p>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.</p> | Ver apartado 1 | Continuar trabajando dentro de la estructura creada del SGIC, optimizando las herramientas de desarrollo establecidas. |
| Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación | <p>F3. El alumnado dispone en la página web de toda la información sobre el Grado y sobre los responsables de la Coordinación.</p> <p>F4. El alumnado dispone de la Guía Docente con toda la información relevante de las Asignaturas a cursar anualmente actualizadas.</p> <p>F5. Las normas y directrices de coordinación son las mismas en todos los grados que se imparten en la Facultad.</p> <p>F6. Los tutores de Trabajo Fin de Grado disponen de un campus específico de coordinación de TFG para agilizar los procesos de gestión y comunicación.</p> | Ver apartado 2 | <p>Continuar ofreciendo información actualizada en la página web.</p> <p>Continuar celebrando reuniones conjuntas de las Comisiones de Coordinación de los Grados en Comercio, Turismo y Doble Grado.</p> <p>Continuar coordinando de forma coherente la totalidad de acciones relacionadas con la docencia y la impartición del Grado en Turismo.</p> <p>Mantenimiento y actualización del Campus de coordinación de tutores</p> |
| Personal académico | <p>F7. Alto porcentaje de participación del profesorado en programas de evaluación.</p> <p>F8. Alto porcentaje de profesores/as con evaluaciones positivas y muy positivas.</p> | Ver apartado 3 | <p>Fomentar la motivación del profesorado</p> <p>Seguir fomentando la participación en actividades formativas y de innovación docente</p> |
| Sistema de quejas y sugerencias | <p>F9. El sistema de quejas y sugerencias está implantado en el Grado y es de fácil acceso a través de la página web.</p> <p>F10. La existencia de un Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria creado ad hoc ha permitido</p> | Ver apartado 4 | Mantener y difundir los canales de quejas y sugerencias. |

| | | | |
|---|--|------------------|--|
| | proporcionar un mejor servicio unificado y global a la hora de gestionar quejas, reclamaciones y sugerencias | | |
| Indicadores de resultados | F11. 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. | 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 | F12. La satisfacción y compromiso del profesorado es elevado. F13. Se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores) | Ver apartado 5.2 | Motivar al profesorado y mantener cauces de información y participación. Mantenimiento del sistema de recogida de datos de satisfacción |
| Inserción laboral | F14. Sistema interno de encuestas a egresados. F15. Puesta en marcha de proyecto piloto para obtención de datos de trayectorias profesionales de inserción (FCyT) | Ver apartado 5.3 | Mantener y actualizar el sistema de encuestas a egresados. |
| Programas de movilidad | F16. Alta satisfacción de alumnos en programas de movilidad F17. Eficaz gestión administrativa de los programas de movilidad. F18. Alta oferta de convenios disponibles para acciones de movilidad | Ver apartado 5.4 | Continuar fomentando y facilitando el intercambio estudiantil, el diálogo y la capacidad de desarrollo en el marco del plan de internacionalización UCM. |
| Prácticas externas | F19. Alta satisfacción de los alumnos de prácticas externas. F20 Gestión transparente y eficaz del programa de prácticas a través de la plataforma GIPE. | Ver apartado 5.5 | Ofrecer apoyo a las iniciativas de las empresas para promover vinculaciones laborales favorables. |
| Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación | F21. La puesta en marcha de las acciones propuestas por las agencias evaluadoras correspondientes ha incrementado e impulsado las acciones de mejora de la titulación. | Ver apartado 6 | Continuar incorporando las recomendaciones que se realicen 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.

Algunos de los puntos débiles y problemas encontrados en el proceso de implantación del Grado en Comercio se detectaron hace tiempo y, aunque ya se han tomado medidas y algunos se han corregido parcialmente, persisten como problema y deben seguirse impulsando medidas para mitigarlos o resolverlos. Las debilidades identificadas son las siguientes:

- El porcentaje de profesores/as no permanente sigue siendo elevado
- La tasa de abandono en el Grado en Comercio se sitúa por encima de lo establecido en la memoria de verificación
- En las encuestas de satisfacción, alumnos, PDI y el PAS, se aprecia una participación mejorable
- Participación mejorable en las encuestas a egresados

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 | | | | | | | |
| Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación | | | | | | | |
| Personal Académico | D1. Ajustar el porcentaje de profesores permanentes que imparte docencia en el título a lo establecido en la Memoria de verificación | Ver apartado 3 | Transmisión a Rectorado de la necesidad un plan de profesorado que atienda las necesidades del Centro. Establecer criterios de selección de plazas de potenciación estratégica del centro que fomenten la dotación de plazas de profesorado a tiempo completo conducentes a permanentes. | Número de nuevos contratados Documento con criterios de valoración de plazas de potenciación estratégica a solicitar por la FCyT Número y tipología de plazas solicitadas de potenciación estratégica para la FCyT Plazas aprobadas de fortalecimiento para la FCyT | Coordinador/a del título. Decanato de la Facultad de Comercio y Turismo. | Año académico 2024-25 | En proceso |
| Sistema de quejas y sugerencias | | | | | | | |
| Indicadores de resultados | D2. La tasa de abandono sigue situándose por encima de lo establecido en la memoria de verificación, pero ha mejorado respecto al curso anterior (20%) D3. Ha disminuido la tasa de alumnos que solicitan el Grado en Comercio en 1ª opción | Ver apartado 5.1 | Continuar la vigilancia de los indicadores de resultado. Vigilar este porcentaje y buscar las posibles causas para analizarlo | Tasa de abandono (ICM5) ICMRA- 2 Solicitud del Grado en Comercio como primera opción. IUCM-2 | Coordinador/a del título. Vicedecano de Estudiantes/as Vicedecanato de estudios y Calidad | Año académico 2024-25 | En proceso |
| Satisfacción de los diferentes colectivos | D. En las encuestas de satisfacción, alumnos, PDI y el PAS, la participación es mejorable, aunque pero ha | Ver apartado 5.2 | Reunión con Delegados/as de grupos y representantes de estudiantes | Número de participantes en las encuestas | Coordinador/a del título. | Año académico 2024-25 | En proceso |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---|---|---|-----------------------|------------|
| | aumentado con respecto cursos anteriores | | para tratar el tema de participación de las encuestas. Realizar campaña de comunicación para transmitir la importancia de las Encuestas de Satisfacción a los colectivos implicados | | Vicedecano de Estudios y Calidad y Delegada de la decana para la Comunicación Institucional y Transformación digital | | |
| Inserción laboral | D5. Participación mejorable en las encuestas a egresados | Ver apartado 5.3 | Continuación y reforzamiento del sistema interno de encuestas a egresados Propuesta de cuestionario interno de inserción laboral | Número de participantes en las encuestas | Coordinador/a De título Delegada para el Empleabilidad y Prácticas Externas Vicedecanato de estudios y Calidad | Año académico 2024-25 | En proceso |
| Prácticas externas | | | | | | | |
| Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación | D6. Existen recomendaciones en el informe de renovación de acreditación en varios criterios de evaluación del desarrollo del título que requieren acciones de mejora. | Ver apartado 6.5 | Revisión y seguimiento acciones de mejora para recomendaciones en Comisión del título y Comisión de Calidad. Redacción de protocolo con información relativa a coordinación de grupos y exámenes de una misma asignatura | Actas de comisiones Protocolo de coordinación de asignaturas | | | |