



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 |

CURSO 2024-25
OFICINA PARA LA CALIDAD

INDICE

| | |
|--|----|
| INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO | 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..... | 8 |
| 3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO..... | 11 |
| 4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS..... | 15 |
| 5. INDICADORES DE RESULTADO..... | 16 |
| 6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN..... | 34 |
| 7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS..... | 38 |
| 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://comercioturismo.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://comercioturismo.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://comercioturismo.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://comercioturismo.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 |
| <i>Invitados</i> | | |
| Invitada | Mª Francisca Blasco López | Decana de la Facultad |
| 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 Decana 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 transmitirlas 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 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 2024-2025 se han celebrado 3 reuniones ordinarias de la Comisión de Calidad, cuyas fechas y contenidos se detallan a continuación:

| Fecha | Temas tratados | Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados |
|-----------|--|---|
| 8/10/2024 | Informe: Estado de modificación no sustancial de títulos | La solicitud de modificación para la adscripción de los títulos al ámbito de conocimiento correspondiente según el Real Decreto 822/2021 a "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo", ha sido aprobada por la Fundación Madri+d ya se está volcando la información a la plataforma del RUCT. |
| | Informe: Informes definitivos de renovación de acreditación | Se presentaron alegaciones al informe provisional del Máster de Consumo y Comercio, que fueron aceptadas y todos los criterios han quedado valorados con B. En el caso del Máster de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos, únicamente se presentaron alegaciones en el Criterio 3 SIGC que fueron aceptadas y quedaron evaluadas con una B. No se presentaron alegaciones para el Criterio 1 pues las recomendaciones incluidas son aspectos que necesitan revisión y mejora: ajuste de guías docentes a memoria verifica y ajuste de la temporalidad de prácticas curriculares. Se realiza un balance de todas las recomendaciones recibidas en los informes de acreditación de todos los títulos y de las acciones de mejora. |
| | Memorias anuales de seguimiento de títulos de grado y máster oficiales | Se revisan las debilidades y fortalezas de los títulos. Se debaten las acciones de mejora. Se aprueban las memorias de seguimiento. |
| | Adaptación de directrices de TFG | Se revisan las directrices de TFG de la Facultad de Comercio y Turismo para su adaptación a la nueva normativa de TFG de la UCM. Se aprueba el documento y su elevación a Junta |

| | | |
|------------|---|---|
| | | de Facultad. |
| 18/02/2025 | Informe: modificaciones y propuestas de nuevo título | Se ha aprobado en Junta de Facultad dos comisiones, una para desarrollar la modificación sustancial del Grado en Turismo y otra para estudiar la propuesta de un nuevo título de Grado en Comercio Internacional. |
| | Informe: oferta de plazas y grupos | Se ha debatido ampliamente en Junta de Facultad la oferta de plazas y grupos a proponer para el curso 25/26 en lo que respecta a Grado en Turismo y Doble Grado en Turismo y Comercio. Dicho debate ha sido motivado por la bajada de estudiantes que ha experimentado Grado en Turismo en los cursos 23/24 (158) y 24/25 (172), también se ha reducido la demanda en primera opción y dispone de una nota de corte de acceso de 5. Se ha acordado estudiar la viabilidad de reducir un grupo en Grado en Turismo y aumentar en Doble Grado en Turismo y Comercio, por lo que la oferta de plazas y grupos para grados todavía no se ha cerrado. Se han aprobado la oferta para máster sin variaciones respecto a años anteriores. |
| | Revisión y aprobación de modificaciones en el SIGC | Se ha realizado una propuesta de revisión por parte del Vicerrectorado de Calidad del documento de SIGC, principalmente en el apartado de reclamaciones, que sustituye dicha palabra por sugerencias y quejas para evitar confusión con las reclamaciones de procedimientos administrativos. La Comisión acuerda incorporar también otros cambios: integración de coordinadores de títulos oficiales como miembros con voz y voto. Se acuerda especificar en el documento que el procedimiento de quejas y sugerencias de estudiantes es gestionado por el Vicedecanato con competencias en Estudiantes. |
| | Estado de acciones de mejora de los títulos | Se realiza una revisión de las acciones de mejora puestas en marcha para las recomendaciones recibidas en los informes de acreditación de los títulos oficiales. Se hace especial mención al caso de la acreditación de nivel de idioma para cursar asignaturas en inglés que ha repercutido en una bajada significativa de estudiantes matriculados en dichas asignaturas. Ante ello se han realizado reuniones y consultas con Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Vicerrectorado de Estudios para proponer acciones complementarias, como facilitar la matriculación a estudiantes que hayan superado las asignaturas de idioma inglés impartidas en nuestro centro, si bien estas acciones están sujetas al estudio de su viabilidad y todavía no se consideran para su aprobación. |
| 22/07/2025 | Informe: acuerdos Junta de Facultad | Se ha aprobado el Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Comercio y Turismo, antes de su entrada en vigor tiene que ser revisado y aprobado en Consejo de Gobierno. Oferta de plazas y grupos: tras evaluar la propuesta de viabilidad de reducir un grupo en Grado en Turismo e incrementar uno en Doble Grado en Turismo y Comercio se ha concluido que el cambio requiere una adaptación progresiva para no comprometer los recursos de infraestructura y de docentes, especialmente en un momento en que se está produciendo la adaptación del profesorado a la LOSU. Se ha acordado que para el curso 2025/26 se reducirá la oferta para Grado en Turismo a 180 estudiantes manteniendo los 4 grupos, mientras que para Doble Grado en Turismo y Comercio se incrementará a 60 estudiantes manteniendo 1 grupo. |
| | Informe: próximas modificaciones de memorias de títulos | Se informa que durante 2025/26 se iniciarán modificaciones no sustanciales para la adaptación de las memorias a la normativa TFG/TFM de la UCM. También se realizará una modificación sustancial de Grado en Turismo. Se indica a los coordinadores de los títulos que comuniquen cualquier otra necesidad de cambios que hayan podido detectar. |
| | Informe: seguimiento especial Grado en Turismo | Se indica que se han iniciado la preparación de documentación para el seguimiento especial de Grado en Turismo, cuyo plazo estará abierto hasta septiembre. |
| | Informe: actualización SIGC | Se informa que el documento actualizado del SIGC ya se encuentra publicado en la web del centro. |
| | Sistema de recogida de información para la realización de actividades | Se elabora y aprueba un Sistema de recogida de información para la realización de actividades de docencia, formación del profesorado, investigación y extensión universitaria. Los objetivos que se pretenden cubrir son: 1) evitar pérdida de información, 2) agilizar su recopilación para la elaboración de memorias y presentación de evidencias, 3) mejorar la visibilización de las actividades (antes, durante y después de su desarrollo). La recogida de información se realizará mediante formulario habilitado en web. |

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 imparten 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 períodos 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 transmitirlas 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. Durante el curso 2024-25, 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 2024-2025 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: 29 de noviembre de 2024 | Información relevante para la coordinación | Se informa sobre las reuniones informativas relativas a los Trabajos Fin de Grado, dirigidas a los estudiantes (15 de octubre) y a los tutores/as (22 de noviembre). Estas reuniones han sido especialmente importantes este curso académico por las nuevas directrices de los TFG y los cambios derivados. Se comenta que ahora el Tribunal Calificador estará formado por el tutor/a del TFG y un compañero/a que tendrá que revisar el trabajo presentado por el alumno/a (y no solo la exposición oral como se venía haciendo hasta ahora). El tribunal Calificador podrá calificar desde suspenso a sobresaliente. Las coordinadoras comentan las debilidades y acciones de mejoras recogidas en las memorias de seguimiento anual del curso académico 2023-24. Las coordinadoras de los Grados solicitan expresamente la transmisión por parte de los coordinadores de asignaturas a los profesores, la importancia de realizar las encuestas de satisfacción y trasmitírselo a sus estudiantes. |
| Reunión ordinaria: 3 de abril de 2025 | Información relevante para la coordinación | Información relevante para la coordinación Inicia este punto Yolanda Romero Padilla, Vicedecana de Estudios y Calidad, haciendo el balance de los resultados obtenidos por las titulaciones concluido el proceso de renovación de la acreditación. En este sentido, se exponen aquellos aspectos en los que hay que incidir para mejorar la calificación obtenida, destacando fundamentalmente dos: coordinación de las asignaturas, especialmente en el caso del Grado en Turismo (D); y la participación en las encuestas de calidad, a este respecto refiere a todas las titulaciones, solicitando la implicación por parte del PDI, y reforzando la necesidad de reclamar/animar a los estudiantes a que colaboren en este proceso. A continuación, manteniendo la palabra la Vicedecana, se informa a los asistentes sobre el Calendario Académico para el curso 2025-2026 aprobado en Junta de Facultad y disponible en la web de la Facultad. https://comercioyturismo.ucm.es/file/calendario-academico-2025-2026 . Se indica la fecha de inicio de las clases en los Grados: 8 de septiembre de 2025. |

| | | |
|---------------------|---|---|
| | Reunión con delegados: principales conclusiones | <p>Grado en Comercio:</p> <p>Se destacan los siguientes aspectos para seguir mejorando la calidad de la titulación: Dar continuidad a la comunicación con el alumnado, mantener la unificación de criterios de evaluación conforme a lo establecido en las guías docentes, seguir promoviendo talleres prácticos y contribuyendo a la practicidad durante el desarrollo de la carrera, así como salidas técnicas, todo ello con el fin de poner mayor énfasis en lo "práctico" con vistas a las salidas profesionales futuras. Acciones acordes a los resultados obtenidos en el proceso de renovación de la acreditación de la titulación, como previamente expuso la Vicedecana de Estudios y Calidad.</p> <p>Doble Título Diseño Moda y Comercio:</p> <p>Destaca la alta satisfacción de la calidad docente, en especial la buena organización de las asignaturas, con un programa basado en contenidos útiles y versátiles para el ámbito profesional. Se refieren algunos desajustes metodológicos, pero de menor relevancia.</p> <p>Doble Grado en Turismo y Comercio:</p> <p>Los delegados destacaron la diversidad y relevancia de las asignaturas, lo que a futuro les generaría más oportunidades de empleo y les abrirían más campos en lo que respecta a las salidas profesionales. A su vez, refieren la importancia de la parte práctica de las asignaturas. En términos generales el grado de satisfacción del alumnado del Doble Grado es positivo, pero no por ello se plantean retos de mejora, como la actualización de la metodología de enseñanza para garantizar un aprendizaje más interactivo y equitativo.</p> |
| 10 de julio de 2025 | Información relevante para la coordinación | <p>se realiza un recordatorio de las directrices y recomendaciones vigentes sobre la organización del sistema de evaluación en convocatorias ordinarias y extraordinarias en estudios oficiales de Grado y Máster. Estas fueron aprobadas en la Comisión de Calidad del 16 de mayo de 2023 y ratificadas en la Junta de Facultad del 18 de mayo del mismo año. Según dichas directrices, el sistema de evaluación debe mantenerse idéntico en ambas convocatorias, respetando siempre lo establecido en la Memoria Verifica. Se recuerda también que podrán ser susceptibles de recuperación aquellas pruebas de evaluación que permitan alcanzar al menos el 70% de la calificación total de la asignatura, conforme a lo recogido en la memoria verificada. Por último, en lo relativo a pruebas orales, se indica que deberá generarse un registro de la prueba, y si esta representa el 50% o más de la calificación final, se debe realizar grabación para fines internos de revisión y auditoría.</p> <p>Modelo de preacta MH TFG</p> <p>En cuanto al nuevo modelo de preacta de Matrícula de Honor para los TFG, se informa que no incluirá la puntuación otorgada por el tribunal, dado que, con el cambio de directrices de TFG en vigor desde este curso académico, únicamente se valora si corresponde o no otorgar la mención. No obstante, se indicará en el propio documento los aspectos a valorar por el Tribunal.</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. Elaboración de videos explicativos dirigidos a los alumnos.
- 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.

| 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. Se dispone de un SGIC consolidado y un sistema de coordinación que permite asegurar la calidad y mejora del título. | |
| 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 2024-25 fueron 154 los/as profesores/as que impartieron docencia en el grado de Comercio, con el siguiente detalle:

ICMRA-1c: Estructura del Personal Académico del Título

Centro Sede: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: GRADO EN COMERCIO (0831)

| Categoría | Personas | % de Personas | Créditos Impartidos | % de Créditos Impartidos | Sexenios |
|--------------------------------------|------------|---------------|---------------------|--------------------------|-----------|
| Asociado | 75 | 48,7% | 511,95 | 45,1% | 1 |
| Asociado Interino | 3 | 1,9% | 18,00 | 1,6% | 0 |
| Ayudante | 2 | 1,3% | 4,30 | 0,4% | 0 |
| Ayudante Doctor | 19 | 12,3% | 188,80 | 16,6% | 7 |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 3 | 1,9% | 32,50 | 2,9% | 0 |
| Catedrático de Universidad | 4 | 2,6% | 14,20 | 1,3% | 14 |
| Contratado Doctor | 19 | 12,3% | 147,10 | 13,0% | 16 |
| Contratado Doctor Interino | 2 | 1,3% | 16,00 | 1,4% | 1 |
| Profesor Permanente Laboral | 2 | 1,3% | 17,15 | 1,5% | 1 |
| Sustituto | 4 | 2,6% | 21,10 | 1,9% | 0 |
| Titular de Escuela Universitaria | 1 | 0,6% | 27,00 | 2,4% | 0 |
| Titular de Universidad | 19 | 12,3% | 125,00 | 11,0% | 25 |
| Titular de Universidad Interino | 1 | 0,6% | 12,00 | 1,1% | 0 |
| TOTAL | 154 | 100% | 1135 | 100% | 65 |

En el Doble Grado de Turismo y Comercio, en 2024-25 fueron 124 los/as profesores/as que impartieron docencia:

ICMRA-1c: Estructura del Personal Académico del Título

Fecha: 01/11/2024

Centro Sede: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: DOBLE GRADO TURISMO-
COMERCIO (DT12)

| Categoría | Personas | % de Personas | Créditos Impartidos | % de Créditos Impartidos | Sexenios |
|--------------------------------------|----------|---------------|---------------------|--------------------------|----------|
| Asociado | 57 | 44,5% | 156,95 | 42,6% | 1 |
| Asociado Interino | 4 | 3,1% | 3,00 | 0,8% | 0 |
| Ayudante | 1 | 0,8% | 2,40 | 0,7% | 0 |
| Ayudante Doctor | 17 | 13,3% | 51,20 | 13,9% | 8 |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 3 | 2,3% | 8,00 | 2,2% | 0 |
| Contratado Doctor | 20 | 15,6% | 71,50 | 19,4% | 18 |
| Contratado Doctor Interino | 1 | 0,8% | 6,00 | 1,6% | 1 |
| Profesor Permanente Laboral | 3 | 2,3% | 13,00 | 3,5% | 2 |
| Sustituto | 5 | 3,9% | 9,60 | 2,6% | 0 |
| Titular de Escuela Universitaria | 1 | 0,8% | 0,00 | 0,0% | 0 |
| Titular de Universidad | 14 | 10,9% | 40,60 | 11,0% | 26 |
| Titular de Universidad Interino | 1 | 0,8% | 0,00 | 0,0% | 0 |
| Visitante | 1 | 0,8% | 6,00 | 1,6% | 0 |
| TOTAL | 128 | 100% | 368,25 | 100% | 56 |
| Doctores | | 59% | | 62% | |

En el curso 2024-25 fueron 154 los/as profesores/as que impartieron docencia en el Grado en Comercio, cifra idéntica a la del curso anterior. En el Doble Grado de Turismo y Comercio, el número ascendió a 128 docentes, lo que supone un ligero incremento respecto al curso 2023-24 (124 profesores/as). Se mantiene, por tanto, una tendencia de estabilidad en el número global de profesorado, aunque con diferencias en la estructura de las categorías. La proporción de doctores se sitúa en torno al 59% de profesorado y 62% en cuanto a créditos impartidos en Grado en Comercio.

En el Grado en Comercio, los profesores asociados continúan siendo el colectivo más numeroso (48,7% en 2024-25 frente al 51,3% en 2023-24), con una aportación también elevada en créditos impartidos (45,1% frente al 47,0% del curso anterior). Por su parte, el profesorado permanente (catedráticos, titulares, contratados doctores, catedráticos de escuela universitaria, titular de escuela universitaria y profesorado permanente laboral) representa en 2024-25 un 32,9% del total del profesorado y el 34,6% de los créditos impartidos, mientras que en 2023-24 estos porcentajes fueron del 32,3% del profesorado y el 38,8% de los créditos. Se trata, en definitiva, de valores similares, que muestran estabilidad en la participación del profesorado permanente. Si añadimos al cálculo a los ayudantes doctores, el porcentaje conjunto de créditos impartidos asciende en 2024-25 al 53%, frente al 49,3% en 2023-24, siendo cifras similares.

En el Doble Grado de Turismo y Comercio, los resultados son semejantes. Los profesores asociados representan en 2024-25 el 44,5% del profesorado, frente al 51,6% en 2023-24, y pasan de impartir del 45,0% de los créditos en 2023-24 al 42,6% en 2024-25, lo que refleja una reducción clara en su peso relativo. En paralelo, el profesorado permanente alcanza en 2024-25 un 37,4% del total de profesores y el 37,7% de los créditos impartidos, frente al 30,6% del profesorado y el 38,3% de créditos en 2023-24. Estos datos reflejan, en conjunto, una situación de estabilidad con ligeras variaciones, sin cambios significativos en el peso del profesorado estable. Si añadimos a los ayudantes doctores, la cifra conjunta de permanentes y ayudantes doctores asciende en 2024-25 al 51,6% de los créditos impartidos, frente al 41,1% de 2023-24, lo que representa un avance muy relevante hacia una mayor consolidación del personal académico.

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 2025-2027, similar al plan de 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>).

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.

La entrada en vigor de la 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) ha supuesto una disminución representativa en el curso académico 2024-25 de la carga docente de los asociados en el Grado de Comercio pasando a ser del 48,7%, un descenso significativo respecto al curso 21/22 del 55,2%. No obstante, cabe destacar que el perfil del profesorado asociado acredita una vinculación profesional con los contenidos de las materias impartidas en la titulación, por lo que es importante mantener un equilibrio. En este sentido, la LOSU establece que los contratos de profesorado asociado tendrán carácter indefinido, lo que se espera que contribuya a una mayor estabilidad de la vinculación del profesorado asociado con el título.

Adicionalmente se espera que durante el próximo curso 2025-26 se incremente el profesorado ayudante doctor que imparte clase en el título y disminuya el profesorado asociado tras la reestructuración de plazas que se ha producido durante el segundo semestre del curso 2024/25 en la UCM con la aplicación de la LOSU. En concreto en la Facultad de Comercio y Turismo se han aprobado 15 nuevas plazas de profesorado ayudante doctor adscritas al centro (Junta de Facultad de 31/03/2025).

Con respecto al número de sexenios de investigación, en el curso 2024/25 se contabilizan 65 sexenios en el Grado en Comercio, lo que supone un incremento notable frente a los 47 de 2023/24, los 24 de 2022/23 y los 19 de 2021/22. En el caso del Doble Grado en Turismo y Comercio, se registran 56 sexenios en 2024/25, también por encima de los 39 de 2023/24 y de los 34 de 2022/23. Debemos tener en cuenta que hasta el curso 2023/24 solo el profesorado permanente podía solicitar sexenios, circunstancia que puede explicar parte del crecimiento observado en el último ejercicio.

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 * | 3º curso de acreditación 2024/25 |
| IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente | 80,0% | 100% | 78,9% | n.d |
| IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente | 84,8% | 100% | 85,7% | n.d |
| IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado | 85,7% | 90,6% | 96,7% | n.d |

| | Doble Grado en Turismo y Comercio | | | |
|--|-----------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | Curso autoinforme acreditación | 1º curso de acreditación | 2º curso de acreditación | 3º curso de acreditación |

| | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 * | 2024/25 |
|--|---------|---------|-----------|---------|
| IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente | 74,7% | 100% | 80,6% | n.d |
| IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente | 84,8% | 100% | 89,5% | n.d |
| IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado | 84,2% | 83,3% | 94,1% | n.d |

* Datos consolidados

La tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente (Indicador IUCM-6) se sitúa en el 78,9% en el Grado en Comercio en el curso 2023/24 (dato consolidado), porcentaje inferior al registrado el curso anterior (100%), y también al del curso 2021/22 (80%). En el Doble Grado en Turismo y Comercio, la tasa alcanza el 80,6% en 2023/24 (dato consolidado), situándose igualmente por debajo del 100% de 2022/23, aunque por encima del valor de 2021/22 (74,7%). Es importante señalar que los datos de 2023/24 son consolidados, mientras que los de cursos previos no lo eran, lo que puede explicar posibles diferencias.

En cuanto a la tasa de evaluaciones positivas del profesorado (IUCM-8), el 96,7% del profesorado del Grado en Comercio y el 94,1% del Doble Grado en Turismo y Comercio han obtenido una valoración positiva, muy positiva o excelente en el curso 2023/24 (datos consolidados). Estos porcentajes son claramente superiores a los registrados en el curso 2022/23 (90,6% y 83,3% respectivamente). Nuevamente, conviene destacar que la consolidación de los datos en 2023/24 frente a la provisionalidad de años anteriores puede influir en las diferencias observadas.

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 24-25

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/memoria-de-actividades-del-curso-24-25>

Al igual que en cursos anteriores, en el curso 24-25 se han impartido seminarios propios de la Facultad de Comercio y Turismo, destinados a profesorado y estudiantes de doctorado, si bien son menos que otros cursos académicos porque los seminarios se están impartiendo desde sección de Formación Permanente.

| Nombre del Seminario | Destinatarios | Duración | Fecha de realización | Nº participantes |
|--|---------------|---------------------|--|------------------|
| Neurociencia y Tecnología para la Innovación Docente: Estrategias Efectivas en un Aula de Ciencias Sociales Prof: Dra. Rosa Abad Castro | PDI | Presencial. 4 horas | martes 29 de abril y martes 6 de mayo de 2025. 16:00-18:00 Aula 4 (Informática) | 15 |
| I Jornadas de Buenas Prácticas Docentes | PDI | Presencial | Lunes 27 y martes 28 de enero | 70 |
| Jornadas de Proyectos de Innovación y Mejora de la Calidad Docente (PIMCDs) | PDI | Presencial | 12 de marzo | n.d. |

En el marco de la política institucional de apoyo a la mejora de la docencia, la Universidad Complutense de Madrid convoca anualmente los Proyectos de Innovación y Calidad Docente. En la Convocatoria 2024-2025, publicada mediante Resolución de 25 de junio de 2024, participa la Facultad de Comercio y Turismo con 4 proyectos de innovación docente y 1 de innovación gestión de calidad aprobados, en los que trabajan conjuntamente el PDI, PTGAS y el estudiantado <https://comercioyturismo.ucm.es/file/convocatoria-2024-proyectosinnova>

| FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO | | | |
|--------------------------------|------------------------|--|-------------------------------|
| PROYECTO | TIPO | TITULO | RESPONSABLE |
| 208 | Innova Docencia | Accesibilidad como materia transversal en los Grados y Másteres en Turismo y Comercio: un análisis prospectivo | BABINGER, FRANK |
| 350 | Innova Docencia | Análisis y potenciación del liderazgo femenino en estudiantes de turismo. | SUSAETA ERBURU, LOURDES |
| 413 | Innova Docencia | Cortometraje documental "Echoes of Emotion: Exploring Affective Narratives among University Students through Film, Sound, and Voice" | SILVEIRA ROIG, MARTA |
| 431 | Innova Docencia | ¡Unamos fuerzas!: Libro Blanco para una tutorización colaborativa de TFGs y TFM entre profesores y estudiantes | CORDON BENITO, DAVID |
| 287 | Innova Gestión Calidad | IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA CRM PARA EL SEGUIMIENTO DE LA EMPLEABILIDAD DE LOS/AS EGRESADOS/AS DE LOS GRADOS, DOBLES GRADOS Y MÁSTERES OFICIALES DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO | BLASCO LOPEZ, MARIA FRANCISCA |

| 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. Pese a los efectos positivos de los planes de estabilización, todavía es necesario ajustar el porcentaje de profesores permanentes que imparte docencia en el título a lo establecido en la Memoria de verificación del título |

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:

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 2024/2025 se han recibido en la Facultad un total de 17 quejas y sugerencias.

| Registro | Titulación | Solicitante | Estado | Canal de comunicación |
|---|-------------------|-------------|----------|-----------------------|
| 26/11/2024 Disconformidad con evaluación | Grado en Comercio | estudiante | Resuelta | e mail |
| 27/02/2025 Disconformidad con evaluación | Grado en Comercio | Estudiante | Resuelta | e mail |
| 02/06/2025 Disconformidad con evaluación | Grado en Comercio | Estudiante | Resuelta | E mail |
| 08/06/2025 Comunicación de calificaciones | Doble grado | Estudiante | Resuelta | e mail |
| 07/07/2025 Disconformidad con evaluación | Grado en Comercio | Estudiante | Resuelta | e mail |

Con respecto al grado en Comercio y al Doble Grado se han recibido un total de 5 incidencias relacionadas con reclamaciones, quejas y sugerencias realizadas por los estudiantes, todas ellas a nivel individual. Todas las quejas formalizadas 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.

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.

Respecto del curso anterior se ha reducido el número de incidencias registradas (en 2023-24 fueron 16 en el Grado en Comercio y Doble Grado). Uno de los motivos es por la mejora de la información ofrecida al estudiante. A partir del curso 2023-24, cuando existe disconformidad con la calificación recibida, se le informa del modo en que debe proceder para solicitar a la comisión de reclamaciones correspondiente de cada departamento la revisión de la citada calificación.

| 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 2024-25 es el curso 2020-21 para el grado en Comercio y 2019-20 para el Doble Grado Turismo y Comercio .

INDICADORES DE RESULTADOS. GRADO EN COMERCIO

| *ICM- Indicadores de la Comunidad 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 * | 240 * |
| ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso | 225 | 221 | 236 | 227 |
| ICM-3 Porcentaje de cobertura | 93,75% | 92,08% | 98,33% | 94,58% |
| ICM-4 Tasa de rendimiento del título | 76,83% | 80,27% | 80,15% | 78,96% |
| ICM-5 Tasa de abandono del título | 27,04% | 32,58% | 21,08% | 25,59% |
| ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados | 83,88% | 84,02% | 89,86% | 86,34% |
| ICM-8 Tasa de graduación | 51,06% | 51,36% | 62,42% | 59,65% |
| IUCM-1 Tasa de éxito | 85,00% | 87,80% | 87,43% | 86,92% |
| IUCM-2 Tasa de demanda del grado en | 94,42% | 92,09% | 68,84% | 102,79% |

| primera opción | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|
| IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones | 455,35% | 557,21% | 433,49% | 462,79% |
| IUCM-4 Tasa de adecuación del grado | 37,78% | 40,72% | 48,31% | 48,02% |
| IUCM-16 Tasa de evaluación del título | 90,39% | 91,43% | 91,67% | 90,87% |

Fuente: Sistema Integral de Datos Institucionales UCM

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

**Datos provisionales, pendientes de consolidación de actas de PE y TFG

A continuación, se realiza un análisis de los resultados del Grado:

- Desde el curso 2016-17, las plazas de nuevo ingreso ofertadas se han mantenido. En el curso 2024-25 se ofertaron 215 plazas del Grado en Comercio y 25 plazas para el Doble Título de Diseño de Moda (UPM) y Grado en Comercio (ICM-1).
- Las plazas de nuevo ingreso ofertadas (ICM-1) se mantienen estables en 240, igual que en los cursos anteriores.
- El número de alumnos matriculados de nuevo ingreso (ICM-2) desciende ligeramente respecto al curso 2023-24 (236), situándose en 227 en 2024-25.
- El porcentaje de cobertura (ICM-3) baja con relación al curso anterior (98,33% en 2023-24 frente al 94,58% en 2024-25), aunque sigue siendo elevado y cercano al 100%.
- La tasa de rendimiento del título (ICM-4) también desciende ligeramente, pasando del 80,15% en 2023-24 al 78,96% en 2024-25.
- En cuanto a la tasa de abandono del título (ICM-5), se produce un empeoramiento: sube al 25,59% en 2024-25 desde el 21,08% en 2023-24, a pesar de que la tasa de demanda del grado en primera opción se incrementa
- La tasa de eficiencia de los egresados (ICM-7) disminuye en 2024-25, situándose en el 86,34% frente al 89,86% del curso anterior.
- La tasa de graduación (ICM-8) también baja en 2024-25, situándose en el 59,65% frente al 62,42% de 2023-24, si bien se sitúa por encima a los cursos 2021/22 (51,06%) y 2022/23 (51,36%).
- La tasa de éxito (IUCM-1) desciende levemente al 86,92% en 2024-25 frente al 87,43% en 2023-24, manteniéndose en valores altos.
- Respecto a la tasa de demanda en primera opción (IUCM-2), mejora de manera significativa: pasa del 68,84% en 2023-24 a 102,79% en 2024-25, lo que no solo compensa la caída de cursos anteriores, sino que refleja un repunte claro en la preferencia de los estudiantes hacia la titulación.
- La tasa de demanda en segunda y sucesivas opciones (IUCM-3) también sube ligeramente, del 433,49% en 2023-24 al 462,79% en 2024-25, manteniéndose en niveles muy elevados.
- La tasa de adecuación del grado (IUCM-4) se mantiene prácticamente estable, con un 48,02% en 2024-25 frente al 48,31% del curso anterior.
- La tasa de evaluación del título (IUCM-16) baja ligeramente, del 91,67% en 2023-24 al 90,87% en 2024-25, aunque sigue próxima al 90%.

INDICADORES DE RESULTADOS. DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

| *ICM- Indicadores de la Comunidad 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 | 60 |
| ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso | 47 | 49 | 47 | 60 |
| ICM-3 Porcentaje de cobertura | 94% | 98% | 94,00% | 100% |
| ICM-4 Tasa de rendimiento del título | 89,55% | 88,24% | 87,88% | 87,09% |
| ICM-5 Tasa de abandono del título | Cohorte de Entrada: 2016-17 28,57% | Cohorte de Entrada: 2017-18 15,09% | Cohorte de Entrada: 2018-19 16,00% | Cohorte de Entrada: 2019-20 15,69% |
| ICM-7 Tasa de eficiencia de los | 96,18% | 96,66% | 96,19% | 95,46% |

| egresados | | | | |
|--|--|---------------------------------------|--|--|
| ICM-8 Tasa de graduación | Cohorte de Entrada: 2016-17 60,00% | Cohorte de Entrada: 2017-18 72,55% | Cohorte de Entrada: 2018-19 79,17% | Cohorte de Entrada: 2019-20 72,55% |
| IUCM-1 Tasa de éxito | 93,70% | 95,07% | 93,81% | 91,80% |
| IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción | 128,00% | 108% | 84,00% | 51,67% |
| IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones | 970% | 908% | 846,00% | 651,67% |
| IUCM-4 Tasa de adecuación del grado | 57,45% | 57,14% | 61,70% | 36,67% |
| IUCM-16 Tasa de evaluación del título | 95,57% | 92,82% | 93,68% | 94,87% |

Fuente: Sistema Integral de Datos Institucionales UCM

En cuanto al Doble Grado en Turismo y Comercio, los resultados del curso 2024/25 muestran lo siguiente:

- Las plazas de nuevo ingreso ofertadas (ICM-1) se incrementan a 60, frente a las 50 ofertadas en los cursos anteriores.
- El número de alumnos matriculados de nuevo ingreso (ICM-2) asciende también a 60 en 2024/25, lo que supone un aumento respecto a los 47 de 2023/24, y permite cubrir la totalidad de las plazas.
- El porcentaje de cobertura (ICM-3) alcanza el 100% en 2024/25, frente al 94% del curso anterior, consolidando un resultado pleno en la ocupación de plazas.
- La tasa de rendimiento del título (ICM-4) se sitúa en el 87,09%, ligeramente inferior al 87,88% de 2023/24 y al 89,55% de 2021/22, aunque sigue siendo un valor elevado.
- En relación con la tasa de abandono del título (ICM-5), correspondiente a la cohorte de entrada 2019-20, esta se sitúa en el 15,69%, en línea con los valores estables registrados en las cohortes anteriores (15,09% en 2017-18 y 16% en 2018-19), y muy por debajo del 28,57% de la cohorte 2016-17.
- La tasa de eficiencia de los egresados (ICM-7) alcanza el 95,46% en 2024/25, manteniéndose en niveles muy altos, aunque levemente por debajo del 96,19% de 2023/24.
- La tasa de graduación (ICM-8), para la cohorte de entrada 2019-20, es del 72,55%, lo que supone un descenso frente al máximo alcanzado en la cohorte de 2018-19 (79,17%).
- La tasa de éxito (IUCM-1) se sitúa en el 91,80%, descendiendo respecto al 93,81% de 2023/24 y al 95,07% de 2022/23, aunque sigue mostrando valores altos.
- La tasa de demanda en primera opción (IUCM-2) continúa con la tendencia descendente de los últimos cursos, situándose en el 51,67% en 2024/25, frente al 84% en 2023/24 y al 128% en 2021/22.
- La tasa de demanda en segunda y sucesivas opciones (IUCM-3) baja también, pasando del 846% en 2023/24 al 651,67% en 2024/25, aunque se mantiene en niveles muy elevados.
- La tasa de adecuación del grado (IUCM-4) desciende de forma significativa al 36,67% en 2024/25, frente al 61,70% del curso anterior, reflejando un empeoramiento en este indicador.
- Finalmente, la tasa de evaluación del título (IUCM-16) se sitúa en el 94,87%, cifra ligeramente superior al 93,68% alcanzado en 2023/24, manteniéndose en valores altos y estables.

En términos comparativos, los resultados del curso 2024/25 muestran un comportamiento desigual entre el Grado en Comercio y el Doble Grado en Turismo y Comercio. El Grado en Comercio presenta mejores indicadores en cuanto a la tasa de demanda en primera opción (102,79% frente al 51,67%) y en la tasa de adecuación del grado (48,02% frente al 36,67%), lo que refleja una mayor preferencia y correspondencia entre los estudios elegidos y las expectativas de los estudiantes. Por su parte, el Doble Grado en Turismo y Comercio obtiene mejores resultados en indicadores académicos clave, destacando la tasa de rendimiento (87,09% frente a 78,96% en Comercio), la tasa de eficiencia de los egresados (95,46% frente a 86,34%) y la tasa de graduación (72,55% frente a 59,65%), lo que evidencia un mejor desempeño académico global de sus

estudiantes. En ambos casos, los valores de tasa de evaluación del título y tasa de éxito se mantienen en niveles altos, cercanos o superiores al 90%, consolidando una calidad docente y de resultados académicos notable en las dos titulaciones.

A continuación presentamos la información detallada por asignaturas ICMRA-2 , dado que 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: 2024-25

Centro: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: GRADO EN COMERCIO (0831)

| Asignatura | Carácter | Matriculados | 1 ^a matrícula | 2 ^a Matrícula y sucesivas | Apr. / Mat. | Apr. / Pres. | N.P. / Pres. | Apr. 1 ^a Mat. / Mat. 1 ^a Mat | NP | SS | AP | NT | SB | MH |
|--|------------------|--------------|--------------------------|--------------------------------------|-------------|--------------|--------------|--|----|----|-----|----|----|----|
| ANALISIS CONTABLE | OBLIGATORIA | 230 | 183 | 47 | 75,22% | 80,84% | 6,96% | 77,60% | 16 | 41 | 111 | 50 | 9 | 2 |
| ANÁLISIS Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE DATOS CUALITATIVOS DE CLIENTES | OPTATIVA | 46 | 45 | 1 | 93,48% | 100,00% | 6,52% | 93,33% | 3 | 0 | 10 | 25 | 6 | 2 |
| COACHING Y DESARROLLO PERSONAL | OPTATIVA | 111 | 106 | 5 | 95,50% | 99,07% | 3,60% | 96,23% | 4 | 1 | 10 | 77 | 19 | 0 |
| COMERCIO ELECTRONICO | OBLIGATORIA | 173 | 159 | 14 | 90,17% | 97,50% | 7,51% | 93,71% | 13 | 4 | 59 | 84 | 11 | 2 |
| COMERCIO INTERNACIONAL | OBLIGATORIA | 162 | 150 | 12 | 90,74% | 94,84% | 4,32% | 92,67% | 7 | 8 | 103 | 42 | 2 | 0 |
| COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR | OBLIGATORIA | 175 | 167 | 8 | 92,57% | 94,19% | 1,71% | 93,41% | 3 | 10 | 106 | 49 | 6 | 1 |
| COMUNICACIÓN COMERCIAL: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN | OBLIGATORIA | 229 | 207 | 22 | 78,60% | 83,72% | 6,11% | 81,16% | 14 | 35 | 138 | 41 | 1 | 0 |
| CONTABILIDAD | OBLIGATORIA | 304 | 219 | 85 | 60,20% | 73,49% | 18,09% | 61,19% | 55 | 66 | 108 | 58 | 8 | 9 |
| CONTABILIDAD DE COSTES | OBLIGATORIA | 245 | 190 | 55 | 68,16% | 78,04% | 12,65% | 68,95% | 31 | 47 | 100 | 53 | 9 | 5 |
| CONTABILIDAD INFORMATICA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL | OPTATIVA | 57 | 57 | 0 | 84,21% | 85,71% | 1,75% | 84,21% | 1 | 8 | 23 | 12 | 13 | 0 |
| CONTROL CONTABLE DE LAS EMPRESAS COMERCIALES | OPTATIVA | 57 | 57 | 0 | 96,49% | 98,21% | 1,75% | 96,49% | 1 | 1 | 12 | 35 | 8 | 0 |
| CREACION DE EMPRESAS | OBLIGATORIA | 195 | 164 | 31 | 96,92% | 99,47% | 2,56% | 97,56% | 5 | 1 | 73 | 95 | 21 | 0 |
| DERECHO CIVIL | TRONCAL / BASICA | 311 | 227 | 84 | 56,91% | 65,80% | 13,50% | 59,47% | 42 | 92 | 125 | 45 | 4 | 3 |
| DERECHO LABORAL | OBLIGATORIA | 194 | 183 | 11 | 85,05% | 92,70% | 8,25% | 86,34% | 16 | 13 | 93 | 63 | 9 | 0 |
| DERECHO MERCANTIL | OBLIGATORIA | 250 | 222 | 28 | 77,60% | 87,78% | 11,60% | 79,28% | 29 | 27 | 105 | 62 | 25 | 2 |
| DERECHO TRIBUTARIO | OBLIGATORIA | 238 | 226 | 12 | 86,13% | 93,61% | 7,98% | 88,05% | 19 | 14 | 79 | 87 | 32 | 7 |
| DISTRIBUCION COMERCIAL Y GESTION LOGISTICA | OBLIGATORIA | 181 | 172 | 9 | 93,37% | 97,69% | 4,42% | 95,93% | 8 | 4 | 49 | 92 | 24 | 4 |
| ECONOMIA ESPAÑOLA Y MUNDIAL | TRONCAL / BASICA | 262 | 230 | 32 | 79,39% | 88,89% | 10,69% | 80,43% | 28 | 26 | 112 | 87 | 8 | 1 |
| ESTADISTICA: ANALISIS DE DATOS E INFERENCIA | TRONCAL / BASICA | 232 | 205 | 27 | 89,66% | 96,30% | 6,90% | 91,71% | 16 | 8 | 105 | 94 | 5 | 4 |
| FUNDAMENTOS DEL MARKETING | OBLIGATORIA | 255 | 227 | 28 | 70,20% | 78,51% | 10,59% | 72,25% | 27 | 49 | 84 | 80 | 14 | 1 |
| GESTION DE CALIDAD | OPTATIVA | 62 | 61 | 1 | 96,77% | 100,00% | 3,23% | 96,72% | 2 | 0 | 37 | 17 | 4 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|-----|-----|-----|---------|---------|--------|---------|----|-----|-----|-----|----|---|
| GESTION DE COMPRAS E INVENTARIOS | OBLIGATORIA | 247 | 179 | 68 | 61,54% | 66,09% | 6,88% | 61,45% | 17 | 78 | 99 | 46 | 5 | 1 |
| GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS | OBLIGATORIA | 164 | 157 | 7 | 95,73% | 97,52% | 1,83% | 96,82% | 3 | 4 | 81 | 62 | 13 | 1 |
| GESTION DE VENTAS Y NEGOCIACION COMERCIAL | OBLIGATORIA | 202 | 181 | 21 | 89,11% | 90,91% | 1,98% | 89,50% | 4 | 18 | 100 | 74 | 5 | 1 |
| GESTION FINANCIERA | TRONCAL / BASICA | 296 | 218 | 78 | 52,36% | 59,62% | 12,16% | 53,21% | 36 | 105 | 119 | 35 | 1 | 0 |
| HISTORIA ECONOMICA Y DEL COMERCIO | TRONCAL / BASICA | 300 | 236 | 64 | 83,00% | 90,88% | 8,67% | 83,05% | 26 | 25 | 128 | 111 | 6 | 4 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL II: INGLÉS | OPTATIVA | 49 | 49 | 0 | 97,96% | 100,00% | 2,04% | 97,96% | 1 | 0 | 17 | 28 | 2 | 1 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 6 | 5 | 1 | 83,33% | 83,33% | 0,00% | 80,00% | 0 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 10 | 10 | 0 | 80,00% | 100,00% | 20,00% | 80,00% | 2 | 0 | 5 | 2 | 0 | 1 |
| IDIOMA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL I: INGLÉS | OBLIGATORIA | 205 | 194 | 11 | 93,17% | 99,48% | 6,34% | 94,33% | 13 | 1 | 67 | 106 | 13 | 5 |
| IDIOMA PARA LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL: INGLÉS | OPTATIVA | 55 | 55 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 19 | 30 | 6 | 0 |
| IDIOMA: ALEMÁN | TRONCAL / BASICA | 6 | 6 | 0 | 83,33% | 100,00% | 16,67% | 83,33% | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 |
| IDIOMA: FRANCÉS | TRONCAL / BASICA | 7 | 7 | 0 | 71,43% | 83,33% | 14,29% | 71,43% | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 0 |
| IDIOMA: INGLÉS | TRONCAL / BASICA | 206 | 201 | 5 | 77,67% | 89,39% | 13,11% | 78,11% | 27 | 19 | 64 | 76 | 16 | 4 |
| INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL | TRONCAL / BASICA | 198 | 184 | 14 | 88,89% | 94,12% | 5,56% | 90,22% | 11 | 11 | 74 | 93 | 9 | 0 |
| INTRODUCCION A LA ECONOMIA | TRONCAL / BASICA | 367 | 258 | 109 | 71,66% | 81,17% | 11,72% | 75,19% | 43 | 61 | 186 | 72 | 1 | 4 |
| INVESTIGACION COMERCIAL | OBLIGATORIA | 174 | 161 | 13 | 91,95% | 95,81% | 4,02% | 95,03% | 7 | 7 | 75 | 73 | 12 | 0 |
| MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL | OPTATIVA | 57 | 55 | 2 | 75,44% | 91,49% | 17,54% | 76,36% | 10 | 4 | 19 | 18 | 5 | 1 |
| MARKETING ENTRE ORGANIZACIONES | OPTATIVA | 69 | 66 | 3 | 92,75% | 96,97% | 4,35% | 93,94% | 3 | 2 | 41 | 18 | 5 | 0 |
| MARKETING ESTRATEGICO | OBLIGATORIA | 197 | 187 | 10 | 93,40% | 96,34% | 3,05% | 95,72% | 6 | 7 | 53 | 89 | 42 | 0 |
| MATEMATICAS | TRONCAL / BASICA | 293 | 211 | 82 | 66,55% | 77,69% | 14,33% | 67,30% | 42 | 56 | 149 | 40 | 2 | 4 |
| MATEMATICAS PARA LA GESTIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 348 | 220 | 128 | 60,92% | 73,10% | 16,67% | 58,64% | 58 | 78 | 163 | 43 | 3 | 3 |
| MERCHANDISING Y GESTION DE CATEGORIAS | OPTATIVA | 122 | 120 | 2 | 95,08% | 99,15% | 4,10% | 95,83% | 5 | 1 | 48 | 59 | 9 | 0 |
| MICROECONOMIA | OBLIGATORIA | 248 | 200 | 48 | 54,03% | 64,11% | 15,73% | 58,00% | 39 | 75 | 88 | 41 | 4 | 1 |
| ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS | TRONCAL / BASICA | 259 | 240 | 19 | 79,15% | 86,86% | 8,88% | 80,83% | 23 | 31 | 87 | 89 | 21 | 8 |
| POLITICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | OPTATIVA | 68 | 65 | 3 | 97,06% | 98,51% | 1,47% | 100,00% | 1 | 1 | 44 | 19 | 3 | 0 |
| POLITICAS DE COMERCIO INTERIOR | OPTATIVA | 75 | 74 | 1 | 90,67% | 100,00% | 9,33% | 91,89% | 7 | 0 | 24 | 38 | 6 | 0 |
| PRACTICAS EXTERNAS (GESTIÓN COMERCIAL) | PRACTICAS EXTERNAS | 144 | 135 | 9 | 90,28% | 100,00% | 9,72% | 91,11% | 14 | 0 | 3 | 40 | 87 | 0 |
| SIMULACION COMERCIAL | OPTATIVA | 36 | 36 | 0 | 94,44% | 97,14% | 2,78% | 94,44% | 1 | 1 | 10 | 22 | 2 | 0 |
| TECNICAS ESTADISTICAS MULTIVARIABLES EN GESTIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 208 | 177 | 31 | 80,29% | 91,26% | 12,02% | 84,18% | 25 | 16 | 81 | 72 | 11 | 3 |
| TRABAJO FIN DE GRADO (COMERCIO) | PROYECTO FIN DE CARRERA | 220 | 167 | 53 | 84,09% | 99,46% | 15,45% | 86,83% | 34 | 1 | 52 | 108 | 25 | 0 |

En el curso 2024-25 los resultados globales en las asignaturas del Grado en Comercio son en general positivos. Todas las asignaturas superan el 50% de aprobados sobre matriculados. En el tramo más bajo se sitúan Gestión

Financiera (52,36%) y Microeconomía (54,03%), aunque ambas mejoran sus resultados si se considera el porcentaje de aprobados sobre presentados (59,62% y 64,11%, respectivamente). Por el contrario, la mayoría de las asignaturas alcanzan cifras muy elevadas de rendimiento, superando con holgura el 70% de aprobados, e incluso llegando a valores cercanos o iguales al 100% en muchas materias optativas y de especialización.

Si atendemos al indicador de aprobados sobre presentados, los datos resultan aún más favorables: 9 asignaturas alcanzan el 100% de éxito (aprobados vs presentados), entre ellas Análisis y Tratamiento Estadístico de Datos Cualitativos de Clientes, Gestión de Calidad, Idioma para la Gestión Comercial II (Inglés), Políticas de Comercio Interior, Prácticas Externas y el Trabajo Fin de Grado. Asimismo, asignaturas de gran peso como Comercio Internacional (94,84%), Comportamiento del Consumidor (94,19%) o Marketing Estratégico (96,34%) muestran resultados muy satisfactorios.

En el grupo intermedio, asignaturas como Contabilidad (60,20%), Matemáticas para la Gestión Comercial (60,92%), Derecho Civil (56,91%), Matemáticas (66,55%) o Gestión de Compras e Inventarios (61,54%) se sitúan por debajo del 70% de aprobados sobre matriculados, lo que confirma la dificultad estructural de algunas materias de base y de primer ciclo.

Por el contrario, las optativas y materias de especialización muestran tasas de rendimiento muy altas. Destacan Coaching y Desarrollo Personal (95,50%), Distribución Comercial y Gestión Logística (93,37%), Gestión de la Fuerza de Ventas (95,73%) o Técnicas Estadísticas Multivariadas en Gestión Comercial (80,29% con más del 91% de aprobados sobre presentados), lo que refleja un buen ajuste entre los contenidos impartidos y la preparación del alumnado en etapas avanzadas del grado.

En síntesis, los resultados de 2024-25 evidencian un rendimiento global muy positivo: prácticamente todas las asignaturas superan con holgura el 50% de aprobados, más de la mitad se sitúan por encima del 80%, y un número muy significativo alcanzan el 100% de éxito sobre presentados. El Grado en Comercio se identifican 12 asignaturas con un 100% de aprobados sobre presentados. Todo ello muestra una evolución favorable del título, con un desempeño general muy alto en las asignaturas optativas y de especialización.

ICMRA-2: Resultados en las Asignaturas

Curso Académico: 2024-25

Centro: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: DOBLE GRADO TURISMO-COMERCIO (DT12)

| Asignatura | Carácter | Matriculados | 1 ^a matrícula | 2 ^a Matrícula y sucesivas | Apr. / Mat. | Apr. / Pres. | N.P. / Pres. | Apr. 1 ^a Mat. / Mat. 1 ^a Mat | NP | SS | AP | NT | SB | MH |
|--|------------------|--------------|--------------------------|--------------------------------------|-------------|--------------|--------------|--|----|----|----|----|----|----|
| ANÁLISIS CONTABLE | OBLIGATORIA | 51 | 38 | 13 | 70,59% | 81,82% | 13,73% | 76,32% | 7 | 8 | 29 | 7 | 0 | 0 |
| COACHING Y DESARROLLO PERSONAL | OPTATIVA | 20 | 20 | 0 | 95,00% | 100,00% | 5,00% | 95,00% | 1 | 0 | 1 | 11 | 7 | 0 |
| COMERCIO ELECTRÓNICO | OBLIGATORIA | 40 | 38 | 2 | 95,00% | 97,44% | 2,50% | 94,74% | 1 | 1 | 23 | 11 | 4 | 0 |
| COMERCIO INTERNACIONAL | OBLIGATORIA | 38 | 35 | 3 | 92,11% | 97,22% | 5,26% | 94,29% | 2 | 1 | 17 | 17 | 1 | 0 |
| COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR | OBLIGATORIA | 39 | 38 | 1 | 92,31% | 94,74% | 2,56% | 92,11% | 1 | 2 | 10 | 19 | 6 | 1 |
| COMUNICACIÓN COMERCIAL: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN | OBLIGATORIA | 40 | 37 | 3 | 87,50% | 94,59% | 7,50% | 89,19% | 3 | 2 | 10 | 24 | 0 | 1 |
| CONTABILIDAD | OBLIGATORIA | 44 | 36 | 8 | 77,27% | 87,18% | 11,36% | 80,56% | 5 | 5 | 25 | 8 | 1 | 0 |
| CONTABILIDAD DE COSTES | OBLIGATORIA | 44 | 35 | 9 | 81,82% | 87,80% | 6,82% | 85,71% | 3 | 5 | 20 | 9 | 6 | 1 |
| CONTABILIDAD INFORMÁTICA PARA EL COMERCIO | OPTATIVA | 23 | 22 | 1 | 91,30% | 95,45% | 4,35% | 90,91% | 1 | 1 | 3 | 14 | 4 | 0 |
| CREACIÓN DE EMPRESAS | OBLIGATORIA | 43 | 42 | 1 | 93,02% | 100,00% | 6,98% | 95,24% | 3 | 0 | 27 | 9 | 3 | 1 |
| DERECHO ADMINISTRATIVO DEL TURISMO | OBLIGATORIA | 38 | 38 | 0 | 97,37% | 100,00% | 2,63% | 97,37% | 1 | 0 | 20 | 15 | 2 | 0 |
| DERECHO CIVIL | TRONCAL / BASICA | 68 | 58 | 10 | 72,06% | 75,38% | 4,41% | 72,41% | 3 | 16 | 31 | 15 | 3 | 0 |
| DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL | OBLIGATORIA | 44 | 37 | 7 | 84,09% | 88,10% | 4,55% | 83,78% | 2 | 5 | 28 | 8 | 1 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|----|----|----|---------|---------|--------|---------|---|----|----|----|----|---|
| DERECHO MERCANTIL | OBLIGATORIA | 36 | 36 | 0 | 94,44% | 97,14% | 2,78% | 94,44% | 1 | 1 | 6 | 26 | 1 | 1 |
| DERECHO TRIBUTARIO | OBLIGATORIA | 39 | 38 | 1 | 97,44% | 97,44% | 0,00% | 100,00% | 0 | 1 | 18 | 20 | 0 | 0 |
| DIRECCIÓN ESTRÁTICA DE EMPRESAS TURÍSTICAS | OBLIGATORIA | 42 | 37 | 5 | 92,86% | 95,12% | 2,38% | 91,89% | 1 | 2 | 13 | 24 | 2 | 0 |
| DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y GESTIÓN LOGÍSTICA | OBLIGATORIA | 43 | 40 | 3 | 93,02% | 95,24% | 2,33% | 92,50% | 1 | 2 | 13 | 23 | 4 | 0 |
| ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL | TRONCAL / BASICA | 58 | 57 | 1 | 93,10% | 93,10% | 0,00% | 92,98% | 0 | 4 | 32 | 22 | 0 | 0 |
| ESTADÍSTICA: ANÁLISIS DE DATOS E INFERENCIA | TRONCAL / BASICA | 38 | 36 | 2 | 92,11% | 97,22% | 5,26% | 94,44% | 2 | 1 | 17 | 15 | 2 | 1 |
| FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA | TRONCAL / BASICA | 68 | 56 | 12 | 63,24% | 71,67% | 11,76% | 57,14% | 8 | 17 | 32 | 11 | 0 | 0 |
| FUNDAMENTOS DE MARKETING | OBLIGATORIA | 59 | 56 | 3 | 84,75% | 92,59% | 8,47% | 87,50% | 5 | 4 | 31 | 19 | 0 | 0 |
| GEOGRAFÍA DEL TURISMO | TRONCAL / BASICA | 55 | 55 | 0 | 78,18% | 79,63% | 1,82% | 78,18% | 1 | 11 | 27 | 16 | 0 | 0 |
| GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS Y RESTAURACIÓN | OBLIGATORIA | 38 | 37 | 1 | 86,84% | 97,06% | 10,53% | 86,49% | 4 | 1 | 15 | 14 | 3 | 1 |
| GESTIÓN DE CALIDAD | OPTATIVA | 25 | 25 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 3 | 13 | 9 | 0 |
| GESTIÓN DE COMPRAS E INVENTARIOS | OBLIGATORIA | 52 | 36 | 16 | 59,62% | 64,58% | 7,69% | 52,78% | 4 | 17 | 21 | 10 | 0 | 0 |
| GESTIÓN DE EVENTOS TURÍSTICOS | OPTATIVA | 25 | 25 | 0 | 96,00% | 100,00% | 4,00% | 96,00% | 1 | 0 | 3 | 19 | 1 | 1 |
| GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS | OBLIGATORIA | 42 | 40 | 2 | 95,24% | 97,56% | 2,38% | 95,00% | 1 | 1 | 4 | 32 | 3 | 1 |
| GESTIÓN DE TOUROPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES | OBLIGATORIA | 39 | 37 | 2 | 87,18% | 89,47% | 2,56% | 86,49% | 1 | 4 | 23 | 10 | 1 | 0 |
| GESTIÓN DE TRANSPORTES TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 38 | 37 | 1 | 97,37% | 100,00% | 2,63% | 97,30% | 1 | 0 | 2 | 28 | 6 | 1 |
| GESTIÓN DE VENTAS Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 38 | 37 | 1 | 94,74% | 100,00% | 5,26% | 94,59% | 2 | 0 | 16 | 20 | 0 | 0 |
| HISTORIA ECONÓMICA DEL TURISMO Y DEL COMERCIO | TRONCAL / BASICA | 62 | 57 | 5 | 70,97% | 73,33% | 3,23% | 70,18% | 2 | 16 | 39 | 5 | 0 | 0 |
| INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN | OBLIGATORIA | 36 | 34 | 2 | 97,22% | 100,00% | 2,78% | 97,06% | 1 | 0 | 2 | 31 | 2 | 0 |
| INGLÉS I | TRONCAL / BASICA | 52 | 52 | 0 | 92,31% | 96,00% | 3,85% | 92,31% | 2 | 2 | 16 | 24 | 6 | 2 |
| INGLÉS II | OBLIGATORIA | 36 | 36 | 0 | 97,22% | 100,00% | 2,78% | 97,22% | 1 | 0 | 6 | 23 | 5 | 1 |
| INGLÉS III | OBLIGATORIA | 39 | 38 | 1 | 97,44% | 97,44% | 0,00% | 97,37% | 0 | 1 | 8 | 30 | 0 | 0 |
| INTRODUCCIÓN A LA ANTROPOLOGÍA SOCIAL | TRONCAL / BASICA | 54 | 54 | 0 | 92,59% | 100,00% | 7,41% | 92,59% | 4 | 0 | 26 | 18 | 6 | 0 |
| INVESTIGACIÓN COMERCIAL | OBLIGATORIA | 42 | 40 | 2 | 95,24% | 100,00% | 4,76% | 97,50% | 2 | 0 | 20 | 17 | 3 | 0 |
| MADRID Y SU REGIÓN TURÍSTICA | OPTATIVA | 9 | 9 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 5 | 4 | 0 | 0 |
| MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL | OPTATIVA | 35 | 34 | 1 | 88,57% | 93,94% | 5,71% | 91,18% | 2 | 2 | 16 | 14 | 0 | 1 |
| MARKETING ESTRÁTÉGICO | OBLIGATORIA | 41 | 40 | 1 | 92,68% | 100,00% | 7,32% | 95,00% | 3 | 0 | 1 | 15 | 22 | 0 |
| MATEMÁTICAS PARA EL COMERCIO | OBLIGATORIA | 63 | 36 | 27 | 65,08% | 70,69% | 7,94% | 63,89% | 5 | 17 | 33 | 8 | 0 | 0 |
| ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS | TRONCAL / BASICA | 57 | 56 | 1 | 78,95% | 80,36% | 1,75% | 78,57% | 1 | 11 | 30 | 15 | 0 | 0 |
| PATRIMONIO CULTURAL: HISTORIA DEL ARTE | TRONCAL / BASICA | 56 | 54 | 2 | 69,64% | 75,00% | 7,14% | 70,37% | 4 | 13 | 20 | 15 | 2 | 2 |
| PATRIMONIO TERRITORIAL, FLUJOS Y RECURSOS TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 37 | 36 | 1 | 94,59% | 100,00% | 5,41% | 94,44% | 2 | 0 | 14 | 20 | 1 | 0 |
| PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS | OBLIGATORIA | 42 | 37 | 5 | 78,57% | 80,49% | 2,38% | 78,38% | 1 | 8 | 21 | 12 | 0 | 0 |
| PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DE RECURSOS CULTURALES | OPTATIVA | 6 | 6 | 0 | 83,33% | 100,00% | 16,67% | 83,33% | 1 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 |
| POLÍTICA TURÍSTICA | OBLIGATORIA | 43 | 39 | 4 | 90,70% | 92,86% | 2,33% | 89,74% | 1 | 3 | 20 | 18 | 0 | 1 |
| POLÍTICAS DE COMERCIO INTERIOR | OPTATIVA | 20 | 20 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 8 | 4 | 8 | 0 |
| PRÁCTICAS EXTERNAS (COMERCIO) | PRACTICAS EXTERNAS | 35 | 33 | 2 | 94,29% | 100,00% | 5,71% | 93,94% | 2 | 0 | 0 | 10 | 23 | 0 |
| PRÁCTICAS EXTERNAS (TURISMO) | PRACTICAS EXTERNAS | 30 | 28 | 2 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 1 | 5 | 24 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|----|----|---|---------|---------|--------|---------|---|---|----|----|----|---|
| PRAGMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL | OPTATIVA | 20 | 19 | 1 | 90,00% | 94,74% | 5,00% | 94,74% | 1 | 1 | 3 | 11 | 3 | 1 |
| PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO | OPTATIVA | 9 | 9 | 0 | 88,89% | 100,00% | 11,11% | 88,89% | 1 | 0 | 2 | 5 | 1 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO I: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 9 | 9 | 0 | 77,78% | 100,00% | 22,22% | 77,78% | 2 | 0 | 0 | 4 | 3 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO I: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 48 | 48 | 0 | 85,42% | 89,13% | 4,17% | 85,42% | 2 | 5 | 18 | 17 | 5 | 1 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO II: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 11 | 8 | 3 | 72,73% | 100,00% | 27,27% | 87,50% | 3 | 0 | 1 | 5 | 1 | 1 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO II: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 36 | 30 | 6 | 94,44% | 97,14% | 2,78% | 96,67% | 1 | 1 | 23 | 9 | 1 | 1 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO III: ALEMÁN | OBLIGATORIA | 7 | 7 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 5 | 2 | 0 | 0 |
| SEGUNDO IDIOMA MODERNO III: FRANCÉS | OBLIGATORIA | 27 | 25 | 2 | 96,30% | 100,00% | 3,70% | 96,00% | 1 | 0 | 8 | 13 | 4 | 1 |
| SIMULACIÓN COMERCIAL | OPTATIVA | 21 | 21 | 0 | 95,24% | 100,00% | 4,76% | 95,24% | 1 | 0 | 3 | 15 | 2 | 0 |
| SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO | TRONCAL / BASICA | 54 | 54 | 0 | 96,30% | 96,30% | 0,00% | 96,30% | 0 | 2 | 17 | 34 | 1 | 0 |
| TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIABLES EN COMERCIO | OBLIGATORIA | 44 | 37 | 7 | 86,36% | 95,00% | 9,09% | 91,89% | 4 | 2 | 22 | 16 | 0 | 0 |
| TRABAJO DE FIN DE GRADO COMERCIO | PROYECTO FIN DE CARRERA | 45 | 36 | 9 | 82,22% | 100,00% | 17,78% | 80,56% | 8 | 0 | 7 | 24 | 6 | 0 |
| TRABAJO DE FIN DE GRADO TURISMO | PROYECTO FIN DE CARRERA | 41 | 35 | 6 | 92,86% | 100,00% | 7,14% | 91,67% | 3 | 0 | 2 | 21 | 15 | 1 |
| TURISMO, SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE | OPTATIVA | 7 | 7 | 0 | 100,00% | 100,00% | 0,00% | 100,00% | 0 | 0 | 3 | 3 | 1 | 0 |

En el curso 2024-25, los resultados del Doble Grado en Turismo-Comercio en las asignaturas comunes con el Grado en Comercio muestran un rendimiento global muy positivo, mejor que en el grado en Comercio. Las materias con mejores resultados son Derecho Tributario, con un 97,44% de aprobados, y Derecho Mercantil, con un 94,44%, a las que se suman Comercio Internacional y Comportamiento del Consumidor, ambas en torno al 92%. También Estadística: Análisis de Datos e Inferencia alcanza un 92,11% y Técnicas Estadísticas Multivariadas un 86,36%, consolidando un bloque de asignaturas con tasas de éxito muy elevadas. Fundamentos de Marketing, con un 84,75%, y Contabilidad de Costes, con un 81,82%, completan el grupo de asignaturas que superan con holgura el 80% de aprobados.

En el extremo opuesto, Gestión de compras e inventarios (59,62%) y Fundamentos de Economía (63,24%). Aunque estos porcentajes son más bajos, superar el 50%, lo que asegura un rendimiento alto y superior al Grado en Comercio.

En el Doble Grado Turismo-Comercio se observa un resultado aún más destacado, con 27 asignaturas que alcanzan el 100% de aprobados sobre presentados.

| 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 D3. Disminuye la tasa de demanda del grado en primera opción en el Doble grado en Turismo y Comercio (51,67% en 2024-25 frente al 84% en 2023-24 y 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 24-25, detectamos que la satisfacción global del alumnado con el Grado en Comercio (IUCM-13) ha sido de 6,7, lo que supone una mejora de cuatro décimas respecto al curso anterior (6,3 en 2023-24) y se convierte en la mejor cifra de los últimos años. De este modo, se consolida la tendencia positiva en la valoración global de la titulación.

Los aspectos mejor valorados por los estudiantes en 2024-25 han sido: Programa de movilidad (9,0) y la formación recibida en el extranjero (8,3), que continúan destacando como los puntos más fuertes de la titulación. La atención del tutor/colaborador en las prácticas externas (7,4) y la satisfacción general con las prácticas externas (7,2). El número de alumnos por aula (7,0) y las competencias adquiridas en la titulación (7,1), indicadores que se mantienen en niveles positivos. Por el contrario, se detectan áreas de mejora que se mantienen respecto a 2023-24: Recursos y medios (5,2) y actividades complementarias (5,5), entre los ítems con menor puntuación. La coordinación y organización de contenidos (5,6) y el contenido innovador (5,7), que evidencian la percepción del alumnado de escasa novedad en materiales y metodologías.

En términos de compromiso, destacan las puntuaciones de los estudiantes en repetir estudios superiores (7,6) y en el prestigio de la UCM (7,0), seguido de Recomendar la UCM (6,7) y la titulación (6,5)

En conjunto, los datos de 2024-25 reflejan una evolución positiva respecto al curso anterior, con una mejora clara en la satisfacción global del alumnado y el mantenimiento de fortalezas tradicionales (movilidad, competencias, prácticas), aunque persisten los mismos ámbitos de mejora relacionados con recursos, coordinación e innovación docente.

PROFESORADO

En cuanto a la satisfacción del personal docente e investigador con el título del Grado en Comercio (IUCM-14), se mantiene en niveles positivos a lo largo de los últimos cursos académicos y alcanza en el curso 2024-25 un valor de 8,3, lo que supone una ligera mejora respecto al 8,2 de 2023-24 y recupera el máximo registrado en 2021-22. En relación con aspectos concretos de la titulación, destacan de nuevo las calificaciones en la formación académica (9,6), la adecuación de las calificaciones al tiempo previsto (9,3), el orgullo de pertenencia del PDI a la UCM (8,8) y el cumplimiento del programa docente (8,8), todos ellos con puntuaciones muy elevadas y estables en los últimos años.

El único indicador con valores más bajos sigue siendo el aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado, que en 2024-25 se mantiene en torno a 5,0, en línea con el curso anterior.

PERSONAL TÉCNICO, DE GESTIÓN Y DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

La satisfacción del PTGAS se valora de forma global en la Facultad de Comercio y Turismo. En el curso 2024-25 se sitúa en un 7,0, manteniéndose estable respecto al curso anterior (7,0 en 2023-24). Entre los aspectos mejor valorados, destacan la relación con los compañeros del Servicio (10,0), la organización del trabajo en la unidad (9,8), la realización de las tareas propias del puesto (9,4), la comunicación con la gerencia del Centro (8,6) y la comunicación con otras unidades (8,3), todos ellos con puntuaciones muy elevadas, lo que refleja una percepción muy positiva del clima interno y de la coordinación en la facultad.

| | |
|--|-------------------|
| | 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 | 6,7 |
| IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título | 8,3 | 8,1 | 8,2 | 8,3 |
| IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro | 6,3 | 8,8 | 7 | 7 |

En el Doble Grado, la satisfacción global del alumnado con el título es notable, valorándose en 5,9 por lo que ha disminuido significativamente en 1 punto. Los aspectos mejor valorados son la satisfacción con la formación en el extranjero (8,0), el número de alumnos por aula (7,9), la satisfacción con las prácticas externas (7,8) y el programa de movilidad (7,7). En cambio, los peores valorados son la gestión del centro en prácticas externas (2,6), la atención al estudiante (3,9), y con valores bajos la coordinación de contenidos (4,4), recursos y medios (4,4), actividades complementarias (4,4), orientación internacional (4,6), contenido innovador (4,6) y materiales actuales y novedosos (4,7).

En cuanto a la satisfacción de los docentes con la titulación es bastante positiva (7,9) si bien es un valor muy ligeramente inferior al del año anterior (8,4). Los aspectos mejor valorados son la formación académica (9,7), las calificaciones en tiempo adecuado (9,2), la integración teoría y práctica (8,8) y el orgullo PDI de la UCM (8,5). También destacan con buena valoración la satisfacción con la actividad docente (7,8) y la satisfacción global con la UCM (7,8). Por el contrario, los aspectos peor valorados se concentran en el aprovechamiento de las tutorías (4,3), y el compromiso del alumnado (5,4).

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 | 5,9 |
| IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título | 8,5 | 8,6 | 8,4 | 7,9 |
| IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro | 6,3 | 8,8 | 7 | 7 |

PARTICIPACIÓN ALUMNADO, PROFESORADO Y PERSONAL TÉCNICO DE GESTIÓN Y DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS.

En el informe final de seguimiento externo de la Fundación Madri+d, se recomendó incrementar la participación de los diferentes colectivos en las encuestas de satisfacción, con el fin de asegurar que los resultados tuvieran significatividad estadística. En general, la participación en el Grado en Comercio de los diferentes colectivos se mantiene en sintonía con la media de la UCM. Se han puesto en marcha acciones para fomentar la participación en las encuestas de los diferentes grupos implicados en el título consistentes en campañas de comunicación (ejemplo: Dale la Vuelta dirigida a estudiantes), envío de correos electrónicos, cartelería en la Facultad, difusión en redes sociales, etc. Estas acciones se han dirigido a Estudiantes, PTGAS y PDI.

En el curso 2024-25, la participación del alumnado en las encuestas del Grado en Comercio ha alcanzado el 10,0% (99 alumnos), lo que supone una mejora respecto al 9,5% de 2023-24 (94 alumnos) y al 8,9% de 2022-23 (89 alumnos). Esta tendencia al alza refleja un esfuerzo progresivo por parte del estudiantado en implicarse en los procesos de evaluación, lo que contribuye a dotar de mayor robustez y fiabilidad a los resultados obtenidos. En el Doble Grado en Turismo y Comercio la participación del alumnado en el curso 2024-25 sigue la tendencia alcista, subiendo al 17,2% de participación (39 estudiantes) mejorando las cifras de 2023-24 del 16,9% (37 estudiantes), y del curso 2022-23 que fue del 10,0% (23 estudiantes).

En cuanto al profesorado, en el curso 2024-25 han participado 26 PDI en el Grado en Comercio (17%), frente a los 45 profesores de un total de 153 (29%) en 2023-24 y los 35 de 152 (23%) en 2022-23, lo que refleja un retroceso en la participación respecto a los dos cursos anteriores. En el caso del Doble Grado de Turismo-Comercio, la participación en 2024-25 ha sido de 12 PDI, frente a los 22 de un total de 124 (17,7%) en 2023-24 y los 16 de 129 (12,4%) en 2022-23, produciéndose igualmente un descenso en el último curso tras la tendencia ascendente observada en los dos cursos previos.

Respecto a PTGAS las acciones de comunicación y recordatorios, han tenido mayor efectividad. En los cursos 2023/24 y 2024/25 se ha incrementado la participación respecto al curso de acreditación situándose en un 14.3% y 15.6% respectivamente frente al 8.8% del curso 2021/22.

AGENTES EXTERNOS

En el marco del Sistema de Garantía Interna de Calidad de las Titulaciones de la UCM, se realiza anualmente la encuesta de satisfacción dirigida a los agentes externos que forman parte de las Comisiones de Calidad. Estos agentes, por su condición de miembros ajenos a la Universidad, aportan una perspectiva valiosa para la mejora continua de los títulos, por lo que resulta imprescindible recoger su opinión acerca de la labor desempeñada y de su participación en los procesos de calidad. La encuesta persigue conocer su percepción general, su nivel de satisfacción y el grado de implicación alcanzado en las decisiones vinculadas al desarrollo de las titulaciones.

La valoración se realiza a través de una escala de 0 a 10, donde 0 representa el grado más bajo de satisfacción y 10 el más alto. Se solicita a los agentes externos que valoren distintos aspectos de su participación en la Comisión de Calidad. En esta ocasión, la metodología de trabajo (convocatorias, funcionamiento y procedimientos de decisión) obtuvo una puntuación de 9, la participación en la toma de decisiones que afectan a la titulación alcanzó un 8, la evolución de los títulos en los que colaboran fue calificada con un 9 y, finalmente, la satisfacción global con la actividad de la Comisión de Calidad recibió una puntuación de 8. Por tanto, las puntuaciones obtenidas son satisfactorias.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| F12. La satisfacción y compromiso del profesorado es elevado. | D4. Desciende la satisfacción del alumno del Doble Grado Comercio y Turismo con el título |
| F13 Se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores) | D5. La participación del PDI en las encuestas de satisfacción ha disminuido en comparación con los dos cursos académicos anteriores. D6. Aunque la participación del alumnado en las encuestas muestra una tendencia positiva, todavía resulta insuficiente y debe incrementarse. |

5.2 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 2024-25 han sido contestadas por 16 graduados del Grado en Comercio, lo que representa un 9,4% de participación, mejorando la cifra del curso 2023-24 (6,4%). En cuanto a los resultados, los egresados destacan positivamente las competencias adquiridas, especialmente en puntualidad (7,9), trabajo en equipo (7,6), organización (7,6) y asumir responsabilidades (7,5), junto con la capacidad de manejar dificultades (7,1) y de liderazgo (7,3).

La satisfacción global con la titulación (IUCM-29) se sitúa en 6,9, mejorando ligeramente respecto al 6,7 de 2023-24 y consolidando la clara subida frente al 3,9 del curso 2022-23. Asimismo, los egresados valoran de manera muy positiva la mejora laboral por estancia en el extranjero (10,0), así como aspectos relacionados con el número de alumnos por aula (7,6), la relación calidad-precio (7,3) y el nivel de dificultad adecuado (7,3).

En el lado menos favorable, los indicadores más bajos corresponden al contenido innovador (5,1), la orientación internacional (5,3), el acceso al mundo de la investigación (5,4) y las actividades complementarias (5,6). Aun así, se aprecia una mejora generalizada respecto a cursos anteriores, tanto en competencias como en la satisfacción con la formación y con la UCM, lo que confirma una tendencia positiva en la percepción de la titulación por parte de los egresados.

En cuanto a los egresados del Doble Grado en Turismo-Comercio, el curso 2024-25, las Encuestas de Satisfacción han sido contestadas por 3 graduados, lo que supone una participación del 8,8% sobre la población total (34 egresados). Aunque la participación es reducida, los resultados permiten identificar algunas tendencias de interés en relación con la percepción de los titulados. En relación con la satisfacción general con la titulación (IUCM-29), los egresados del Doble Grado otorgan una valoración de 8,0 en 2024-25, lo que refleja una percepción muy positiva del programa.

Los egresados valoran de forma positiva las competencias adquiridas durante la titulación, destacando especialmente la expresión y comunicación (9,8), la puntualidad (9,8), la capacidad de aprendizaje (8,7), así como las competencias vinculadas al trabajo en equipo (9,0) y la adaptación a nuevas situaciones (8,3). En cuanto a la titulación, los indicadores mejor puntuados se centran en el número de alumnos por aula (8,8), el nivel de dificultad adecuado (8,7) y la claridad de los objetivos (8,0).

Entre los aspectos con mayor margen de mejora se encuentran la organización de asignaturas (5) y integración teoría/práctica (5,3) que reciben valoraciones significativamente más bajas en comparación con otros indicadores.

Asimismo, se aprecian buenos resultados en los apartados vinculados a la UCM, como el prestigio de la universidad (8,0), recomendar la UCM (8,7), seguir en la misma titulación (8,7) y seguir en la UCM (8,3), lo que refuerza la confianza de los egresados en la institución y en la titulación cursada. Para más información se puede consultar el siguiente link: <https://comercioyturismo.ucm.es/resultados-de-la-encuesta-de-insercion-laboral-de-los-egresados>

Los últimos datos procedentes de encuestas de inserción laboral de los estudiantes egresados en Comercio (2024-25) facilitados por el Vicerrectorado de Calidad, muestra una participación de los egresados del 15,2% (31 alumnos de un total de 204) porcentaje superior al curso anterior 2023-24 con 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 2024-25 es del 87,1% (ICM-30) del 87,1% porcentaje superior al curso anterior de 2023-24 es del 83,3% (IUCM-30). En el curso 2024-25 el 39,3% encontró empleo antes de finalizar sus estudios de estudios de grado, cifra superior al curso 2023-24 (27,3%), y valoran con 8,1 sobre 10 puntos su satisfacción con su trabajo actual (cifra similar al curso 2023-24 (8,09)

| | 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 | 6,9 |
| IUCM-30 Tasa de inserción laboral egresados | 87,5% | 89,3% | 83,3% | 87,1% |

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|--|
| F14. Existencia de un sistema de encuestas a egresados sobre satisfacción e inserción (UCM) | D7. Participación mejorable en las encuestas a egresados |

5.3 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 2024-25 la Facultad de Comercio y Turismo recibió a 66

estudiantes de Grado-incoming (frente a los 65 estudiantes recibidos del curso 2023-24), cursando todos ellos asignaturas del Grado de Comercio o Turismo, procedentes de 9 países diferentes. A su vez, realizaron una movilidad un total de 65 estudiantes de Grado-outgoing, de los cuales 27 fueron alumnos de Grado en Comercio (frente a 12 alumnos en el curso 2023-24), 26 del Grado en Turismo y 12 del Doble Grado Turismo y Comercio (frente a 17 alumnos en el curso 2023-24). También 2 alumnos del Grado en comercio realizaron prácticas en una movilidad internacional. Gracias al incremento de alumnos que cursaron una movilidad fuera de España, la cifra de alumnos que alumnos incoming y outgoing es muy similar.

Según los datos de la “Encuesta de Satisfacción de Estudiantes” la satisfacción con el programa de movilidad en el curso 2024-25 ha sido de 2023-24 ha sido de 9 en el caso de los alumnos del Grado en Comercio (superior al 8,3 en 2023-24) y de 7,7 en el Doble Grado (inferior al 8,5 de 2023-24), y la satisfacción con la formación recibida en el extranjero alcanza la calificación de 8,3 y de 8,0 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 | |

5.4 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.

GRADO EN COMERCIO:

En el Grado en Comercio, durante el curso 2024-25 un total de 167 alumnos realizaron prácticas curriculares, frente a los 163 de 2023-24, por tanto cifras similares. Se ofertaron para el grado en comercio un total de 226 ofertas. En el Doble Grado Turismo y Comercio, 38 alumnos realizaron prácticas curriculares por el Grado en Comercio, ofertándose un total de 84 plazas.

La evaluación final de los estudiantes de Comercio en 2024-25, 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 128 alumnos. Los alumnos consideran que las prácticas les sirven para aplicar los conocimientos adquiridos en el grado en un porcentaje alto o muy alto (69,53%), la formación recibida en el Grado le ha preparado para la realización de las prácticas (59,38 % 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 61,72%, 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 88,28%. Por último, para un 89,06% las prácticas son un complemento necesario o muy necesario para su formación.

En cuanto a la satisfacción de los tutores académicos el Grado en comercio, es elevada. Han realizado el cuestionario un total de 128 tutores. Los estudiantes tienen buena actitud ante la práctica (93,75%), el grado de relación entre la práctica realizada por el estudiante y el plan de estudios es alto o muy alto (88,29%), el grado en que se han cumplido los objetivos del programa de prácticas de manera alta o muy alta (93,75) y la adecuación del contenido de la práctica a la titulación también es alta o muy alta (91,4%). Por último para el 96,1% de los encuestados el aprovechamiento de las prácticas curriculares ha sido alto o muy alto.

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 (93,8%) de aprendizaje (97,67%), de organización y planificación (90,7%), capacidad analítica y crítica, (91,47%) de trabajo y constancia (95,34%), entre otras. Consideran que la formación del estudiante es adecuada al contenido de las prácticas, de manera elevada o muy elevada (93,03%), las prácticas realizadas por el estudiante han contribuido favorable o muy favorablemente a la empresa (94,57%), y el 97,67% se muestra satisfecho o muy satisfecho con el estudiante. El número de tutores que ha realizado la encuesta ha sido de 129.

DOBLE GRADO TURISMO Y COMERCIO:

En el doble grado de turismo-comercio, la encuesta ha sido realizada por 32 estudiantes. Las valoraciones son también muy positivas, en todos los indicadores. Los alumnos consideran que las prácticas les sirven para aplicar los conocimientos adquiridos en el grado en un porcentaje alto o muy alto (75%), la formación recibida en el Grado le ha preparado para la realización de las prácticas (62,5% 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 75%, 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 96,87%. Por último, para un 90,62% las prácticas son un complemento necesario o muy necesario para su formación.

La satisfacción de los tutores del Doble Grado Turismo y Comercio también es elevada. Han realizado el cuestionario un total de 33 tutores. Los estudiantes tienen buena actitud ante la práctica (100%), el grado de relación entre la práctica realizada por el estudiante y el plan de estudios es alto o muy alto (96,97%), el grado en que se han cumplido los objetivos del programa de prácticas es alta o muy alta para el 100% de los tutores encuestados y la adecuación del contenido de la práctica a la titulación es también elevada o muy elevada para el 100%. Igualmente, el 100% de los alumnos han aprovechado las prácticas curriculares en nivel alto o muy alto según los tutores.

La valoración de los tutores de las empresas empleadoras también es muy positiva. En la encuesta de valoración, los tutores opinan en porcentajes muy elevados que los alumnos adquieren en grado alto o muy alto capacidades técnicas (87,88%) de aprendizaje (96,97%), de organización y planificación (90,91%), capacidad analítica y crítica, (90,91%) de trabajo y constancia (93,94%), entre otras. Consideran que la formación del estudiante es adecuada al contenido de las prácticas, de manera elevada o muy elevada (96,97%), las prácticas realizadas por el estudiante han contribuido favorable o muy favorablemente a la empresa (96,97%), y el 97,67% se muestra satisfecho o muy satisfecho con el estudiante. El número de tutores que ha realizado la encuesta ha sido de 33.

El listado de empresas (137) para Grado en Comercio es el siguiente:

| Empresas | |
|-------------------------------------|---|
| 123 Tinta, S.L. | Hijos de Eulogio J. Domínguez Herrera, S.L. |
| 2020 Ingubu Innovation S.L. | Hilton of Spain SL |
| Abaco Digital Developments, S.L. | Hola Spanish Market, S.L. |
| Added Value Solutions Madrid, S.L.U | Hotel Montera 47, S.L. |

| | |
|--|--|
| Ahora Si, Soluvid, SL | Iberaval, S.G.R. |
| AKKODIS Technologies Spain, S.L. | Ideas Positivas Group, S.L. |
| Alayans Media, S.L. | ING Bank NV Sucursal en España |
| Analiza, Invierte y Ahorra, SL | Innovación Colaborativa, S.L. |
| AQ Acentor Development, S.A.U. | Intelrus, S.L. |
| Asitur Asistencia, S.A. | Iveco, S.L. |
| Asociación Empresarial Nacional de Alquiladores de Grúas de Servicio Público | Kaira Digital SL |
| Ayscom Datafec, S.L. | Kaki Global, S.L. |
| Azoancha S.L. (Financiero) | Karl Storz Endoscopia Ibérica, S.A. |
| Bafre Gestión y Servicios Inmobiliarios, S.L. | KDF Cars SL (VENTAS) |
| Baharytravels, S.L. | Kelloggs España, S.L. |
| Banana Homes, S.L. | Kerry Ecommerce Europe SA |
| Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. | Kuehne & Nagel, S.L. |
| Bartali Sport SL (Marketing) | Lapicero Reality Tellers, S.L. |
| Better For Me Drinks, SL | LeasePlan Servicios, S.A.U. |
| Bezares, S.A. | Ledvance Lighting, S.A. |
| BNP Paribas Factor, S.A., Sucursal en España | Lexer 2001, S.L.U. |
| Brain and Code, S.L. | Lextrend Information Technologies, S.L. |
| Buoya Consulting, S.L | Lidersport Sportainment Company SL |
| Caceis Fund Administration Sucursal en España | Livemed Iberia, S.L. |
| Caetano Automotive España Distribución D, S.L.U. | MadridEasy Gestión Alquiler, SLU |
| Caf Signalling, S.L. | Master Business Entrepreneurship, S.L. |
| Campos Tarancón Abogados, S.L.P. | Mental Health Technologies SL |
| Casa Maricruz, S.L. | Mia Representaciones Artísticas SL (CUENTAS) |
| Ceca Magán Abogados, S.L.P. | Minty Host, S.L. |
| Centro de Formación Permanente UCM | Mobius Gestión S.L. |
| Centros Comerciales Carrefour, S.A. | Mundicorp España SL (Comercial) |
| Claelgon, SL | My City Stay, S.L. |
| ClicAsia Centre d'Estudis Orientals S.L. | NH Hoteles España, S.A. |
| Collarada de Intermediacion SL (Ventas) | Nuevo Mantel Madrid SL (Recursos humanos) |
| Connectworld International Education, S.A. | Ocean Continente Group, S.L. |
| Dahua Iberia, S.L. | Panorama Servicios Integrales, S.L. |
| Dealer Best, SL | Pastelería Imperial 6, S.L.U. |
| DIA Retail España, S.A.U. | Periodista Digital, S.L. |
| Digitalent Group, S.L. | Pifie Nergy, SL (Administración) |
| Diversidad Literaria, S.L. | Prenatal Retail Group Spain, S.L.U. |
| Easyfairs Iberia SL | Prismalia, S.L. |
| Ecoetus, SL | Prosegur Gestión de Activos, S.L.U. |
| e-coordina Gestión Documental SL | Putzmeister Ibérica, S.A. |
| Edyals Marketing, S.L. | PV Hardware Solutions, S.L. |
| EGE Gestión Consultores 2021, S.L. | Quercus Ventures, S.L. |
| El Corte Inglés, S.A. | Restel, S.A. |
| Enfoka Sistemas Globales, S.L. | Richochet Spain, SL (FINANZAS) |
| ESTILO ESTUGRAF IMPRESORES, S.L. | Rockin Media, S.L. |
| Euroconsultoría Formación Empresa, S.L. | SAB Comunicación Empresarial, S.L. |
| Euroforum Escorial, S.A. | Samara Energía, S.L. |
| Eurostars Hotel Company, S.L. | San Mateo 3 Hostel, S.L. |
| Evernex Servicios Informáticos, S.L. | Schindler, S.A. |
| Federal Mogul Ibérica, S.L. | Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E |
| Fellowes Ibérica, S.L. | Soljet Viajes, S.L. |
| Fenie Energía, S.A. | Sotec Consulting, S.L. |
| Fiscalges Alternative S.L. | Suministro de Conectores Profesionales SAU (Comercio Internacional |

| | |
|---|---|
| Francisco Javier González García | Technology and Security Developments, S.L. |
| Freshrules, SL (Marketing) | Teide 10, S.L. |
| Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid | The Natural Healthy and Honest Food Company |
| GARANTIPLUS GESTION, SL (COMERCIAL) | Toyo Publicidad General, S.L. |
| Gestión Educativa Consultores, S.L. | Treatwell Spain, S.L. |
| Global Media & Entertainment, S.A.U. | VB Global Group, SL |
| Golden Agri-Resources Iberia SLU (Comercial) | Vida Sol Marketplace, S.L. |
| GO-NEW, S.L. | Volcano Global Media, S.L. |
| Grupo Cuatro Limpiezas y Mantenimiento S.L | Wamos Air, S.A. |
| Grupo Manin de Publicidad, S.A. | Washtec Spain SA |
| Grupo MCáceres, SL (Marketing) | WEI Valencia San Luis Hotel, S.L.U. |
| HB Flava The Company | Xiaomi Technology Spain, S.L. |
| High Tech Hotels & Resorts, S.A.U. | |

Mientras que para Doble Grado en el área de comercio, el listado de empresas (54) es el siguiente:

| Empresas | |
|---|--|
| Abaco Digital Developments, S.L. | Meliá Hotels International, S.A. |
| Accom Hispalis, S.L. | Minor Hotels Europe & Americas S.A. |
| Ahora Si, Soluvid, SL | Minty Host, S.L. |
| Ayscom Datafec, S.L. | Nautalia Viajes, S.L. |
| Be Rock Marketing SL | NH Hoteles España, S.A. |
| Better For Me Drinks, SL | Pitch Music Marketing SL |
| Bodegas Baigorri, SAU | Prenatal Retail Group Spain, S.L.U. |
| Carla García Belmonte | Prisa Media, S.A.U. |
| Centros Comerciales Carrefour, S.A. | PV Hardware Solutions, S.L. |
| Claelgon, SL | reen Lope de Vega, S.L. |
| Collarada de Intermediacion SL (Ventas) | reen Prado, S.L. |
| Destinia, S.L.U. | Residuos Murcia, S.L. |
| Digitalent Group, S.L. | Restel, S.A. |
| Easyfairs Iberia SL | Revenue Labs, S.L. |
| Enfoka Sistemas Globales, S.L. | Samara Energía, S.L. |
| Eurostars Hotel Company, S.L. | San Mateo 3 Hostel, S.L. |
| Fellowes Ibérica, S.L. | Sephora Cosméticos España, S.L. |
| Feloanca, S.L. | Servicios y Desarrollos Turísticos, S.L. |
| Gloria's Clothing, S.L. | Soljet Viajes, S.L. |
| GO-NEW, S.L. | Teide 10, S.L. |
| Green Investment, S.L. | Travelodge Hoteles España, S.L. |
| HB Flava The Company | Treatwell Spain, S.L. |
| Hola Spanish Market, S.L. | Uniarte Doors SL (Personas) |
| Hotel Montera 47, S.L. | UVE Gestiones Hoteleras, S.L. |
| Interface Tourism Spain, S.L. | We the Club, S.L. |
| Kriterio Digital SL | World 2 Meet Travel, S.L.U |
| MadridEasy Gestión Alquiler, SLU | XCape Cancun, S.L. |

| 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.*

A continuación se reflejan las recomendaciones realizadas y las acciones que se han llevado a cabo en el informe de seguimiento curso 2023-24:

3.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

Se **recomienda** indicar los Proyectos de Innovación Docente.

Acción emprendida: Se han incorporado en la presente memoria anual de seguimiento los proyectos de innovación docente aprobados en el curso 2024-25 de la Facultad de Comercio y Turismo.

5.- Indicadores de resultados

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

Se **recomienda** analizar las encuestas realizadas a los agentes externos

Acción emprendida: Se ha incorporado en la presente memoria el apartado la valoración de la satisfacción realizadas a los agentes externos.

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 2024-25 se llevaron las siguientes acciones como parte del Plan de Mejoras propuesto para la titulación:

- Se ha transmitido al Rectorado la necesidad de contar con un plan de profesorado que atienda adecuadamente las necesidades del Centro (reuniones con Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado).
- Se han mantenido los criterios de selección de plazas estratégicas que fomentan la dotación de profesorado a tiempo completo y con proyección de permanencia.
- Se ha continuado con la vigilancia de los indicadores de resultado, en particular la tasa de abandono.
- Se ha realizado un seguimiento del porcentaje de alumnado que solicita el Grado en Comercio en primera opción, analizando las posibles causas de su disminución.
- Se han mantenido reuniones con delegados/as de grupo y representantes de estudiantes para impulsar la participación en las encuestas.

- Se ha puesto en marcha una campaña de comunicación destinada a transmitir la importancia de las Encuestas de Satisfacción a los colectivos implicados.
- Desarrollo, en el marco de un proyecto de innovación docente de centro, de una aplicación piloto de sistema CRM para egresados, orientada a establecer relaciones a largo plazo y mejorar la recogida de información
- Se han revisado y seguido las acciones de mejora derivadas de las recomendaciones de la Comisión del Título y la Comisión de Calidad.
- Se ha divulgado a todo el profesorado del protocolo con información relativa a la coordinación de grupos y exámenes de una misma asignatura.

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-ifia-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 en el momento de realizar la solicitud de actualización de guías docentes a los departamentos. 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. También la adaptación a la LOSU ha supuesto una reestructuración de plazas, habiéndose aprobado en el curso 24/25 15 nuevas plazas. 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). Sin embargo, en el curso 2024-25 la tasa ha vuelto a aumentar ligeramente (25,59 %), por lo que, aunque se mantiene por debajo de los valores de los primeros años de acreditación, será necesario continuar reforzando las medidas de seguimiento y apoyo al estudiantado para consolidar la tendencia descendente.

En todo caso, los esfuerzos realizados han permitido acercar la tasa de abandono a los valores objetivo establecidos en la memoria de verificación 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.

No procede.

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

No procede.

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

| | FORTALEZAS | Análisis de la fortaleza* | Acciones para el mantenimiento de las fortalezas |
|---|---|---------------------------|---|
| Estructura y funcionamiento del SGIC | <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. Se dispone de un SGIC consolidado y un sistema de coordinación que permite asegurar la calidad y mejora del título</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 los 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
- Disminuye la tasa de demanda del grado en primera opción en el Doble grado en Turismo y Comercio
- Desciende la satisfacción del alumno del Doble Grado Comercio y Turismo con el título
- La participación del PDI en las encuestas de satisfacción ha disminuido en comparación con los dos cursos académicos anteriores.
- En las encuestas de satisfacción, en el colectivo alumnos 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 |
|---|---|------------------|--|---|---|-----------------------|---|
| Personal Académico | D1. Pese a los efectos positivos de los planes de estabilización, todavía es necesario ajustar el porcentaje de profesores permanentes que imparte docencia en el título a lo establecido en la Memoria de verificación | Ver apartado 3 | Realizar seguimiento de estructura del profesorado para evaluar el efecto de las nuevas plazas PAD convocadas en 25/26. Seguir con los criterios de selección de plazas de potenciación estratégica del centro que fomenten la dotación de plazas de profesorados a tiempo completo conducentes a permanentes. | Proporción de profesorado permanente. 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 2025-26 | En proceso |
| Indicadores de resultados | D2. La tasa de abandono sigue situándose por encima de lo establecido en la memoria de verificación. D3. Disminuye la tasa de demanda del grado en primera opción en el Doble grado en Turismo y Comercio | Ver apartado 5.1 | Continuar la vigilancia de los indicadores de resultado. Analizar la relación entre la evolución de la tasa de abandono y (1) la de demanda en primera opción, además de (2) el rendimiento en asignaturas de primeros cursos. Estudiar la posible modificación del dato en la memoria de verificación. Vigilar la tasa de demanda en Doble Grado y buscar las posibles causas para analizarlo. Tratar ambas problemáticas en la reunión de delegados. | Tasa de abandono (ICM5) ICMRA- 2 Solicitud del Doble Grado en Turismo y Comercio como primera opción. IUCM-2 | Coordinador/a del título. Vicedecano de Estudiantes/as Vicedecanato de estudios y Calidad | Año académico 2025-26 | En proceso |
| Satisfacción de los diferentes colectivos | D4. Desciende la satisfacción del alumno del Doble Grado Comercio y Turismo con el título | 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 2025-26 | En proceso |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---|---|--|-----------------------|------------|
| | D5. La participación del PDI en las encuestas de satisfacción ha disminuido en comparación con los dos cursos académicos anteriores. D6. Aunque la participación del alumnado en las encuestas muestra una tendencia positiva, todavía es mejorable. | | 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 Proponer a la Junta de Facultad franja horaria común para el centro dedicada a la cumplimentación de las encuestas. | | Vicedecano de Estudios y Calidad y Delegada de la decana para la Comunicación Institucional y Transformación digital | | |
| Inserción laboral | D7. Participación mejorable en las encuestas a egresados | Ver apartado 5.3 | Búsqueda de recursos para la implementación de sistema interno de seguimiento de egresados | Número de participantes en las encuestas | Coordinador/a De título Delegado para el Empleabilidad y Prácticas Externas Vicedecanato de estudios y Calidad | Año académico 2025-26 | En proceso |
| Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación | D8. 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. Reforzar la comunicación de los coordinadores de asignatura con el profesorado sobre la coordinación de grupos y exámenes. | Actas de comisiones Reuniones coordinación | Vicedecano de Estudios y Calidad Coordinador/a De título | Año académico 2025-26 | En proceso |