



VICERRECTORADO DE CALIDAD

RUCT	MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO	
2500981	GRADO EN TURISMO	

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	SÍ	SÍ

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

CURSO 2024-25
OFICINA PARA LA CALIDAD

Contenido

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO	3
ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER	3
1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO	3
2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO	8
3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO	11
4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.....	14
5. INDICADORES DE RESULTADO.....	16
6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.....	32
7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.....	35
8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.....	36
9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA.....	39

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

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

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

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

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

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

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

Los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria presentada a verificación están plenamente instaurados y funcionando satisfactoriamente.

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 es la Decana de la Facultad o persona en quien delegue.

El primer nivel de la SGIC es la Comisión de Calidad del Centro. Es el órgano responsable de garantizar la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Comercio y Turismo, como Comisión delegada de la Junta de Centro, y presidida por la Vicedecana de Estudios y Calidad.

La composición de la Comisión de Calidad aprobada por la Junta de Facultad 5/2018 de 16 de julio es la siguiente:

Cargo en la Comisión	Nombre	Colectivo / Organismo
Presidenta	Yolanda Romero Padilla	Vicedecana de Estudios y Calidad
Secretario	Coral Illana Rodríguez	Representante PAS/ Secretaria de la Comisión
Vocal	Adolfo Millán Aguilar	Representante PDI
Vocal	Amparo Carrasco Pradas	Representante PDI
Vocal	Javier Curiel Díaz	Representante PDI
Vocal	Ana Isabel Rosado Cubero	Representante PDI
Vocal	Susana Ramírez García	Representante Resto de PDI /
Vocal	Marta Guillén Siero	Representante de Estudiantes
Vocal	Lidia de la Morena Fernández	Representante de Estudiantes
Invitados		
Invitada	M.ª Francisca Blasco López	Decana de la Facultad
Invitada	Nieves Libertad Troitiño Torralba	Coordinación Grado en Turismo
Invitada	Mercedes Rubio Andrés	Coordinación Grado en Comercio y Doble Título Interuniversitario en Grado en Diseño de Moda y Comercio, UPM-UCM
Invitada	Lourdes Susaeta Erburu	Coordinación Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras
Invitado	Pablo Garrido Pintado	Coordinación Máster Comercio Electrónico
Invitada	Carmen Mínguez García	Coordinación Máster en Gestión y Planificación de Destinos Turísticos
Invitada	M.ª. 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 - Innovat Tax Free
Invitado	Alfonso Castellano	Agente externo: CEO – High Tech / Petit PalaceHoteles
Invitado	Armando Rodríguez Ocaña	Agente externo: Presidente de la Fundación Ciudad y Comercio

Durante el curso 2024-2025 se produjeron los siguientes cambios en la Comisión:

- Representante Resto de PDI: saliente Clara Martín Duque > entrante Susana Ramírez García
- Representante Resto de PDI: saliente Amparo Carrasco Pradas > entrante Clara Martín Duque
- Representante de Estudiantes: saliente Sara Jiménez Peña > entrante Marta Guillén Siero

La relación nominal de la composición de la Comisión de Calidad actualizada se encuentra publicada en la web de la Facultad: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/relacion-nominal-de-los-responsables-del-sgic>

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

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

El Reglamento de funcionamiento fue aprobado por Junta celebrada el 11 de marzo de 2010 y modificado en la Junta de Centro del 19 marzo de 2013 (modificación de la toma de decisiones en la Comisión de Calidad), y se encuentra publicado en la web de la Facultad:

<https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

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

Sesiones:

1. La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo se reunirá en sesiones ordinarias y extraordinarias.
2. Se realizarán tres reuniones ordinarias al año. Una al comienzo del curso, otra a mitad del curso, y la última, al concluir el periodo de docencia presencial.
3. La Comisión de Calidad se reunirá en sesiones extraordinarias por iniciativa de el/la Presidente/a o cuando así lo solicite un mínimo del 20% del total de miembros de pleno derecho.

La convocatoria de estas sesiones se realizará con una antelación mínima de 48 horas y contendrá el orden del día de la reunión.

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

Adopción de acuerdos:

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

Efectos de los acuerdos:

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

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.

Por su parte, las cuestiones relativas a los intercambios internacionales son competencia de la Comisión de Movilidad del Centro.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

A lo largo del curso 2024-2025 se han celebrado tres reuniones de la Comisión de Calidad, en las que se trataron los siguientes asuntos:

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
8/10/2024	Informe: Estado de modificación no sustancial de	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

CURSO 2024-25

	títulos	Fundación Madri+d y ya se está volcando la información a la plataforma del RUCT.
	Informe: Informes definitivos de renovación de acreditación	<p>Se presentaron alegaciones al informe provisional del Máster de Consumo y Comercio, que fueron aceptadas y todos los criterios han quedado valorados con B.</p> <p>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.</p> <p>Se realiza un balance de todas las recomendaciones recibidas en los informes de acreditación de todos los títulos y de las acciones de mejora.</p>
	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	<p>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.</p> <p>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.</p>
	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	<p>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.</p> <p>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.</p>
	Informe: próximas modificaciones de memorias de	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

	títulos	cualquier otra necesidad de cambios que hayan podido detectar.
	Informe: seguimiento especial Grado en Turismo	Se indica que se han iniciado la preparación de documentación para el seguimiento especial de Grado en Turismo, cuyo plazo estará abierto hasta septiembre.
	Informe: actualización SIGC	Se informa que el documento actualizado del SIGC ya se encuentra publicado en la web del centro.
	Sistema de recogida de información para la realización de actividades	Se elabora y aprueba un Sistema de recogida de información para la realización de actividades de docencia, formación del profesorado, investigación y extensión universitaria. Los objetivos que se pretenden cubrir son: 1) evitar pérdida de información, 2) agilizar su recopilación para la elaboración de memorias y presentación de evidencias, 3) mejorar la visibilizar de las actividades (antes, durante y después de su desarrollo). La recogida de información se realizará mediante formulario habilitado en web.

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 2024-2025, 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
<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.</p> <p>F3. Se ha aumentado el número de reuniones de la Comisión de Coordinación, pasando de 2 a 3 anuales, con el fin de hacer un mejor seguimiento de las necesidades que se planteen y facilitar el cumplimiento de los objetivos establecidos.</p>	

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 Turismo son el Coordinador del Grado y la Comisión de Coordinación del Grado.

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.

Desde el 1 de mayo de 2024 la coordinadora del Grado en Turismo es la profesora Nieves Libertad Troitiño Torralba, que a su vez asume las competencias de coordinación del área de Turismo, en el Doble Grado en Turismo y Comercio, conforme a los planes de origen

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 comunicación entre los profesores responsables 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 la coordinación del 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 y una comunicación frecuente y fluida. Además, ante cualquier cuestión que así se requiere se consulta con la Vicedecana y si los asuntos lo requieren se convoca una reunión de la Comisión de Calidad.

En el curso 2023-2024, las reuniones de la Comisión del Grado en Turismo se han realizado junto con las Comisiones del Grado en Comercio y la Comisión del Doble Grado en Turismo y Comercio, de esta forma se trata de conseguir que las normas y directrices de coordinación sean las mismas en todos los grados que se imparten en la Facultad. Adicionalmente el contacto entre las coordinadoras, la Comisión de Grado y la Vicedecana de Estudios y Calidad se ha intensificado, a través de canales diferentes: correo electrónico, llamadas de teléfono, agilizándose así la gestión. 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 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 el Tribunal Calificador estará formado por el tutor/a del TFG y un compañero/a. El tribunal Calificador podrá calificar desde suspenso a sobresaliente.
	Principales debilidades y acciones de mejora asociadas a los títulos detectados en las Memorias de Seguimiento de los títulos	La coordinadora comenta las debilidades y acciones de mejoras recogidas en las memorias de seguimiento anual del curso académico 2023-24. https://comercioyturismo.ucm.es/memorias-anuales-de-seguimiento
	Información relevante en la coordinación.	La Vicedecana de Estudios y Calidad presenta el balance de los resultados

Reunión ordinaria: 3 de abril de 2025	<p>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 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.</p> <p>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://comercioturismo.ucm.es/file/calendario-academico-2025-2026. Se indica la fecha de inicio de las clases en los Grados: 8 de septiembre de 2025.</p>
Sugerencias y comentarios de los delegados/as en las reuniones con las coordinadoras de Grado en Comercio, Turismo y Doble Grado en lo referente a las asignaturas	<p>Desde la Coordinación de las titulaciones se da continuidad a la participación y comunicación activa entre coordinación y estudiantado. Se informa a los asistentes de lo tratado en las reuniones mantenidas con los delegados de curso el 27 de febrero de 2025.</p> <p>Grado en Turismo: aspectos más destacables: diversidad y relevancia de las asignaturas, favoreciendo una formación transversal y multidisciplinar (económicos, sociales, lingüísticos) con las que se amplían las oportunidades de empleo y salidas profesionales. Destacable es la introducción y manejo de los GDS (Sistema de Distribución Global), como ese el caso de AMADEUS. Como áreas de mejora y sugerencias planteadas, muy en la línea de los resultados obtenidos tras el proceso de renovación de la acreditación, seguir apostando por la practicidad dentro de las asignaturas, así como la implementación de salidas técnicas para conectar el aprendizaje con el mundo real.</p> <p>Doble Grado en Turismo y Comercio: Los delegados destacaron la diversidad y relevancia de las asignaturas, lo que a futuro les generaría más oportunidades de empleo y les abriría 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.</p>
Reunión ordinaria: 10 de Julio 2025	Información relevante para la coordinación de los Grados de Comercio y Turismo
	Modelo de preacta MH TFG

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

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

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
<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>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 de coordinación específico de TFG para agilizar los procesos de gestión y comunicación.</p>	

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

En el curso 2024-25 fueron 161 los/as profesores/as que impartieron docencia en el Grado de Turismo, con las siguientes categorías:

Estructura del Personal Académico del Grado en Turismo

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	65	40,4%	406,65	43,7%	1
Asociado Interino	4	2,5%	33,00	3,5%	0
Ayudante	2	1,2%	1,80	0,2%	0
Ayudante Doctor	25	15,5%	145,15	15,6%	10
Catedrático de Escuela Universitaria	2	1,2%	15,00	1,6%	0
Catedrático de Universidad	7	4,3%	24,30	2,6%	31
Colaborador	1	0,6%	11,50	1,2%	2
Contratado Doctor	23	14,3%	117,50	12,6%	19
Emérito/a	1	0,6%	1,00	0,1%	7
Profesor Permanente Laboral	3	1,9%	18,40	2,0%	2
Sustituto	9	5,6%	45,70	4,9%	0
Titular de Escuela Universitaria	1	0,6%	3,00	0,3%	0
Titular de Universidad	16	9,9%	95,40	10,3%	34
Visitante	2	1,2%	12,00	1,3%	0
Total	161				106
Doctores*	97	60%			

* No se disponen de datos de doctores desagregados por título, se estima el número de profesores asociados doctores aplicando el porcentaje del total de profesorados que imparte clase en el centro: 29% sobre el total de profesores asociados más las figuras contractuales que exigen el grado de doctor. Datos a 01/11/2024.

El Grado en Turismo se nutre en una medida muy significativa de profesorado que procede de otros Centros, lo que supone que los profesores tienen un alto nivel de especialización docente e investigadora relacionada con el Turismo cada uno en su especialidad. La presencia de profesores asociados se ha reducido considerablemente respecto a cursos previos que superaban el 50% de la plantilla. En el curso 2024-2025, se sitúa en el 40,4%. Cabe destacar que los profesores asociados están vinculados profesionalmente a los contenidos de las materias impartidas. El resto del profesorado mantiene una vinculación más o menos permanente con la Universidad Complutense, con leve repunte al alza de los porcentajes correspondientes a profesor Contratado Doctor y Ayudante Doctor, lo que, sin duda, es consecuencia de la política del Rectorado de dar mayor estabilidad al profesorado. El porcentaje de profesorado permanente se ha incrementado respecto al último curso académico evaluado en el proceso de acreditación (21/22). En el curso 2024/2025, el número de profesores Catedráticos, Titulares, Contratado doctores, PPL, Colaborador, que imparte clase en el

CURSO 2024-25

título aumentó hasta los 53, representando un 33% de la plantilla, valor que se mejora sustancialmente si consideramos a los profesores ayudantes doctores (25). La suma de ambas categorías alcanza un 48% un porcentaje algo superior al 46% del curso 2021/22. 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 Turismo, pasando a ser del 42,9%, un descenso significativo respecto al curso 21/22, que superaba el 57% (asociados y asociados interinos).

En el curso 2024-25 el profesorado doctor se situaba en torno al 60% del total. Respecto al número de sexenios de investigación, suman un total de 106 en el curso 2024-2025, lo cual implica un aumento notable con respecto al curso 2023-2024, que fueron 46, o respecto a los 37 del curso 2023-2022. Este aumento evidencia la calidad del PDI en lo que aplica a la investigación vinculada a la titulación.

En el Doble Grado en Turismo y Comercio en el curso 2024-2025 fueron 128 los/as profesores/as, con las siguientes categorías:

Estructura del Personal Académico del Doble Grado en Turismo y Comercio

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				56

Se observa una estructura de la plantilla muy similar a la del Grado en Turismo, con una elevada presencia de profesores no permanentes. En cuanto al número de docentes (128), es similar al del curso 2023-24 esto puede deberse a que no se ha introducido ninguna optativa nueva. En el curso 2024-2025 debemos señalar que ha mejorado el dato de contratados doctores respecto a la anualidad anterior, pasando a representar un 15,6%. Ha aumentado el número de ayudantes doctores, de 10,5% a 13,3%. El número de titulares representa el 10,9% aumentando la cuota respecto al curso pasado.

La participación y los resultados del programa Docentia correspondientes al curso 2024-2025 en el Grado de Turismo no están disponibles, con la probabilidad de presentar cambios respecto al curso pasado.

GRADO EN TURISMO		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		72,90%	100%	74,3%	s.d
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente		80,80%	100%	87,5%	s.d

IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado		90,50%	95,8%	89,3%	s.d
--	--	--------	-------	-------	-----

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-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	74,70%	100%	80,6%	s.d
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	90,50%	100%	89,5%	s.d
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	84,20%	83.3%	94,1	s.d

Por tanto, se mantienen los datos consolidados referidos al curso 2023-2024. Los valores en cuanto a la participación y resultados del Programa Docentia son favorables. La tasa de participación en el programa de evaluación docente (Indicador IUCM6) se sitúa en 74,3% en el curso 2023- 2024.

El indicador IUCM-7: para el cálculo se ha tenido en cuenta la participación en el Programa Docentia UCM, Docentia en extinción y en el Plan Anual de Encuestas. El curso 2023-2024 se sitúa en 87,5%.

El indicador IUCM-8: Del 100% de los profesores evaluados en el Programa Docentia-UCM en el curso 2024-2025 han obtenido evaluaciones positivas el 89,3%.

En el Doble Grado en Turismo y Comercio, las tasas de participación y de evaluaciones son similares a las del Grado en Turismo, situándose el IUCM-6 en 80,6%, el IUCM-7 en 89,5%, y el IUCM-8 en 94,1%.

El Programa Docentia-UCM tiene un carácter de universal y obligatorio, frente al Docentia en extinción que es voluntario. Sin embargo, se mantienen los buenos resultados obtenidos por nuestros profesores en los cursos anteriores, tanto de la tasa de participación, como de la tasa de evaluaciones.

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

Asimismo, ha sido destacable la participación en numerosos **proyectos de Innovación y Mejora tanto de la Docencia como de la Calidad** de las titulaciones, muchos de ellos interdisciplinares y en colaboración con profesores de otras Facultades y Titulaciones, consiguiéndose una adecuada integración inter-facultativa e inter-departamental, como prueban los 4 proyectos Innova-Docencia y 1 de Innova Gestión Calidad que, siendo propios del Centro, pueden consultarse en:

<https://comercioyturismo.ucm.es/proyectos-de-innovacion-docente-y-calidad-de-la-facultad>

Debido a la ausencia de información sobre la producción científica del profesorado, se puso en marcha 2021-22 el portal de producción científica de la UCM donde se puede consultar las publicaciones científicas, proyectos de I+D, tesis doctorales dirigidas. <https://produccioncientifica.ucm.es/unidades/780/proyectos>. 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. Más de 70 actividades entre seminarios, jornadas, talleres, conferencias magistrales, presentaciones de libros, conciertos. Una diversidad que pone de manifiesto la vitalidad de la Centro, y su apuesta por la difusión cultural. Dada la extensión del programa de actividades, se facilita el enlace para su consulta: <https://comercioyturismo.ucm.es/memorias-de-las-actividades-realizadas-en-la-facultad>.

Se ha mantenido la organización de seminarios propios de la Facultad de Comercio y Turismo dirigidos a profesorado y estudiantes de doctorado, tal y como se refleja en la siguiente tabla.

PLANNING SEMINARIOS DIRIGIDOS AL PROFESORADO Y ESTUDIANTES DE DOCTORADO

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

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 del plan de estabilización, todavía es significativo el porcentaje de profesores/as no permanentes.

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 sugerencias funciona por tres vías:

1. 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 incidencias relacionadas con reclamaciones, quejas y sugerencias formalizadas por los estudiantes. De ellas, 12 de las quejas se han expresado de forma individual y 5 se han formalizado de forma colectiva, bien a través de estudiantes que han ejercido como portavoces de sus compañeros, de los delegados de curso, de la delegación de estudiantes y de los representantes de los estudiantes electos que son miembros de la Junta de Facultad. Cuando la queja formulada ha sido relativa a un mismo aspecto, se han unido las quejas individualmente formuladas a la queja colectiva, y se le ha dado a todo un mismo tratamiento. Las quejas y sugerencias se han formulado por distintos canales, consolidando una acción de mejora que se implementó ya el año pasado y que facilita la existencia de múltiples vías de comunicación para atender las necesidades concretas de los estudiantes y mejorar la fluida comunicación entre las autoridades académicas y el alumnado. Todas ellas resueltas desde Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria.

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 con relación al cauce por instancia, contacto telefónico o por e-mail, que se mantiene como forma fundamental de expresión de sugerencias y quejas. Respecto del curso anterior 2023-2024, se han reducido el número de incidencias registradas: pasando de 26 a 17, y siendo de leve carácter, siendo resueltas en su totalidad.

Entre las incidencias formalizadas por medio de instancia o formulario de sugerencias y quejas, del total que se ha registrado en la Facultad de Comercio y Turismo, 9 corresponde al Grado en Turismo y 1 referida al Doble Grado en Comercio y Turismo.

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 existen incidencias relacionadas con 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. Algunas de las sugerencias de mejora registradas como la falta de profesorado asignado o la forma de examinar, evaluar y calificar aplicando lo que se indica en las guías docentes, se han comunicado a los docentes afectados y a la dirección de los departamentos implicados por ser ellos quienes tienen competencias sobre la docencia. En general, la actitud ante las quejas e incidencias ha sido proactiva y conciliadora.

La facultad, en todos los casos, ha intentado que el trato sea lo más personal, comprensivo y humano posible, a la vez que cercano y eficiente entre profesores, estudiantes, equipo decanal y PTGAS, lo que contribuye a una mayor satisfacción de los estudiantes y profesores con la actividad docente y a un buen clima de trabajo. A ello debe añadirse el compromiso profesional personal de la decana y de los miembros del equipo decanal, así como de la coordinación de los grados, másteres y doctorado, que ha fomentado el diálogo como modo de resolver discrepancias y quejas.

Se anexa tabla resumen de incidencias.

Tabla resumen de incidencias:

Fecha y motivo	Titulación	Solicitante	Estado	Canal de comunicación
11/09/2024 Ausencia profesor	Grado en Turismo	Estudiante	Resuelta	e mail
17/12/2024 Trato inadecuado	Grado en Turismo	Estudiante	Resuelta	e mail y comunicación verbal
28/02/2025 Trato inadecuado	Grado en Turismo	Estudiante	Resuelta	e mail
31/03/2025 Ausencia de la profesora	Grado en Turismo	Estudiante	Resuelta	e mail
19/05/2025 Trato inadecuado de la oficina de diversidad	Grado en Turismo	Estudiante	Resuelta	e mail
03/06/2025 Retraso en la publicación de las calificaciones	Grado en Turismo	Estudiantes	Resuelta	teléfono, e-mail
08/06/2025 Comunicación de calificaciones	Doble grado	Estudiante	Resuelta	e mail
17/06/2025 Disconformidad con la calificación recibida	Grado en Turismo	Estudiante	Resuelta	e mail
30/06/2025 Denuncia sobre un posible error en el sistema de cálculo de la calificación	Grado en Turismo	Estudiantes	Resuelta	e mail
07/07/2025 Trato inadecuado y disconformidad con el sistema de evaluación y la nota recibida	Grado en Turismo	Estudiante	Resuelta	e mail

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F9 El sistema de quejas y sugerencias está implantado en el Grado y es de fácil acceso a través de la página web. F10 La existencia de un Vicedecanato de Estudiantes y extensión Universitaria permite proporcionar un mejor servicio unificado y global a la hora de gestionar quejas y sugerencias. F11 La rápida resolución de las quejas y consideración de las sugerencias tanto por vía telefónica como por correo electrónico. F12 La comunicación con el alumnado y su ágil solución ha favorecido la reducción de las quejas o discrepancias trasladadas.	

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.

INDICADORES DE RESULTADOS. GRADO EN TURISMO

*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	221	227	158	171
ICM-3 Porcentaje de cobertura	92,08%	94,58%	65,83%	71,25%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	80,86%	81,79%	82,52%	79,53%
ICM-5 Tasa de abandono del título	24,66%	21,12%	23,58%	23,21%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	91,33%	89,80%	90,62%	90,21%
ICM-8 Tasa de graduación	63,11%	56,41%	58,02%	59,81%*
IUCM-1 Tasa de éxito	87,63%	89,11%	89,27%	88,12%
IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción	177,92%	114,17%	64,17%	56,25%
IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones	564,58	561,25%	478,33%	363,33%
IUCM-4 Tasa de adecuación del grado	45,25%	48,90%	63,92%	51,46%
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	92,14%	91,78%	92,43%	90,25%

Fuente: Sistema Integral de Datos Institucionales UCM

Datos extraídos 24/09/2025

Valoramos los resultados académicos del Grado en Turismo como satisfactorios, con prácticamente todos los indicadores mejorando o manteniéndose en niveles muy altos, aunque con margen para mejorar en los próximos cursos. Comparando los resultados del curso 2024-2025 con los cursos anteriores tenemos que:

- El número de plazas de nuevo ingreso ofertadas (ICM1) se ha mantenido en 240 por sexto curso consecutivo.
- El número de alumnos matriculados de nuevo ingreso (ICM2), durante el curso 2024-2025 ha sido de 171, esta cifra muestra una leve mejora respecto al curso 2023-2024 (167). Cabe señalar que la reducción en cuanto a la primera matriculación está siendo tendencia generalizada en los grados de Turismo a nivel nacional.
- El porcentaje de cobertura (ICM3), se sitúa en un 71,25% en 24/25, mejorando aproximadamente en un 5% la cifra de 2023-2024. Si bien, el registro sigue siendo inferior al obtenido en el 2022-2023 que fue del 95%, lo que requiere un seguimiento.
- La tasa de rendimiento (ICM4) se sitúa en 79,53% valor ligeramente inferior al del curso previo que fue de 82,52%. Por tanto, se mantienen en los tres últimos cursos académicos datos muy similares. Esta circunstancia es debida a la estabilización en cuanto al rendimiento progresivo del alumno por medio del trabajo continuo sin dejar de ser valorado el resultado del examen final en cumplimiento de las directrices marcadas por el rectorado y por la junta de facultad una vez superada la situación determinada.
- La tasa de abandono (ICM5) se sitúa en 23,21%, lo que supone una leve reducción respecto al curso 2023-2024 que fue del 23,58%. La disminución de este indicador viene siendo uno de los objetivos prioritarios durante los últimos cursos y las cifras actuales respecto a las de cursos previos demuestran resultados conservadores, observándose ligeras mejoras, teniendo en cuenta que en el curso 2020-2021 dicha tasa se situó en un 34,47 %. La tasa sigue situándose por encima de la recogida en el documento de verificación del título (15,49%). Entre las posibles causas se han detectado: (1) una tasa baja en la Memoria de Verificación en comparación con estudios de similares características impartidos en otras universidades que llegan a situarse en el 20-25%; (2) el progresivo descenso de la

tasa de demanda del grado en primera opción, la admisión y matriculación de estudiantes cuya elección principal no es este título puede conllevar la petición de cambio de estudio especialmente en los dos primeros cursos académicos.

- La tasa de eficiencia de los egresados (ICM7) es de 90,27%, resultado que mantiene la tendencia de los últimos cursos académicos, superior al 90%.
- La tasa de graduación (ICM8), es de 51,46% para el curso 2024-2025, algo inferior al curso anterior, pero muy por encima de los parámetros previstos en la memoria Verifica (20,19%).
- La tasa de éxito (IUCM1) ha sido muy estable durante los últimos cursos, llegando en el curso 2024-2025 al 88,12%, variando escasamente.
- La tasa de demanda del grado en primera opción (IUCM2) es de 56,25% un dato considerablemente inferior a los de cursos previos. Este registro no es muy favorable, dado que supone un descenso importante con respecto al curso 2021-2022 que fue del 177,92%. Esta tasa ha sido muy irregular en los cinco últimos cursos, con un máximo en 2021-2022 y marcando el mínimo del 55,83 % en el curso 2020-2021. El descenso también se ha producido en otras universidades españolas que imparten los estudios de turismo según conversaciones mantenidas en Red INTUR. El descenso puede ser coyuntural, por tanto, habrá que esperar a los datos de los próximos cursos, y seguir analizando dicha tendencia.
- La tasa de demanda del grado en segunda opción y sucesivas opciones (IUCM3, se mantiene alta 363,33%, si bien, por debajo de los cursos anteriores, 478,33% en 2023-2024; 561,25% en 2022-2023; 564,58% en el curso 2021- 2022 y de 504,58% en 2020-2021.
- La tasa de adecuación del grado en el ingreso (IUCM4), pese a la mejoría del curso anterior, se situó en 51,46%. A pesar del descenso, se ha mantenido por encima del 50%.
- La tasa de evaluación del título (IUCM16) se sitúa en 90,25%, un dato sensiblemente por debajo del obtenido para el curso 2023-2024. A pesar de ello, podemos señalar que esta tasa es prácticamente constante en los últimos cursos, siempre en niveles altos, superiores al 90%.

INDICADORES DE RESULTADOS. DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

La cohorte de entrada para el cálculo de la tasa de graduación y de abandono del curso 2024-25 es el curso 2019-20.

*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 2024/2025
*IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid				
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%	100%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	89,35%	86,09%	85,89%	87,9%
ICM-5 Tasa de abandono del título	28,57%	15,09%	16%	15,69%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	96,18%	95,77%	95,90%	95,46%
ICM-8 Tasa de graduación	60%	72,55%	75%	72,55%
IUCM-1 Tasa de éxito	93,65%	84,81%	93,54%	91,80%
IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción	128,00%	108,00%	84,00%	51,67%

IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones	970%	908%	846,00%	651,67%
ICUM-4 Tasa de adecuación del grado	61,70%	57,14%	61,70%	33,67%
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	95,42%	90,80%	91,82%	94,87%

En un análisis comparativo con el Doble Grado en Turismo y Comercio, cabe reseñar que el índice de rendimiento es superior para el Doble Grado. Más concretamente, la tasa de rendimiento se cifra en un 87,9%, frente al 79,53% del Grado en Turismo. A diferencia de cursos anteriores en otros indicadores, como la tasa de éxito, los registros superan el 90%, concretamente un 91,8%, superando al dato del Grado, 88,12%. En cuanto a la tasa de evaluación, en el último curso se ha experimentado una mejora, pasando del 91,82%, del pasado curso académico, al 94,87%, valor superior al del Grado en Turismo 90,25%. Por otro lado, la tasa de abandono se ha reducido levemente, 15,69% respecto al curso anterior, pero sigue siendo inferior a la del Grado en Turismo. Por último, debemos señalar que la tasa de graduación es alta, 72,55%.

Los resultados por asignaturas en el curso 2024-25 en el Grado de Turismo se recogen en la siguiente tabla.

ICMRA- 2: Resultados en las Asignaturas Curso Académico: 2024-25

Centro: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: GRADO EN TURISMO (0810)

Asignatura	Carácter	Matriculados	1ª matricula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	OPTATIVA	53	53	0	90,57%	97,96%	7,55%	90,57%	4	1	26	17	5	0
CREACION DE EMPRESAS TURISTICAS	OPTATIVA	49	48	1	89,80%	93,62%	4,08%	89,58%	2	3	18	24	2	0
DERECHO ADMINISTRATIVO DEL TURISMO	OBLIGATORIA	149	132	17	86,58%	96,99%	10,74%	87,88%	16	4	45	65	15	4
DERECHO COMUNITARIO E INTERNACIONAL DEL TURISMO	OPTATIVA	30	30	0	76,67%	79,31%	3,33%	76,67%	1	6	12	7	3	1
DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURISTICO	OBLIGATORIA	163	142	21	85,28%	86,87%	1,84%	87,32%	3	21	109	28	2	0
DERECHO PRIVADO DEL TURISMO	OBLIGATORIA	148	134	14	79,05%	87,97%	10,14%	81,34%	15	16	69	38	8	1
DETERMINACION DE COSTES EN LA EMPRESA TURISTICA	OBLIGATORIA	214	161	53	63,08%	72,97%	13,55%	62,73%	29	50	82	39	11	3
DIRECCION ESTRATEGICA DE EMPRESAS TURISTICAS	OBLIGATORIA	160	153	7	96,25%	97,47%	1,25%	96,73%	2	4	34	117	3	0
DIRECCION FINANCIERA PARA EMPRESAS TURISTICAS	OPTATIVA	17	17	0	64,71%	73,33%	11,76%	64,71%	2	4	2	6	2	1
ESTADISTICA APlicada AL SECTOR TURISTICO	TRONCAL / BASICA	217	172	45	56,68%	71,10%	20,28%	59,30%	44	50	71	47	3	2
ESTRUCTURA ECONOMICA ESPAÑOLA Y MUNDIAL DEL TURISMO	TRONCAL / BASICA	187	172	15	78,07%	92,41%	15,51%	80,23%	29	12	72	49	24	1
FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD PARA EMPRESAS TURISTICAS	OBLIGATORIA	225	126	99	50,22%	60,75%	17,33%	40,48%	39	73	84	25	3	1
FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	TRONCAL / BASICA	211	172	39	58,77%	71,68%	18,01%	62,79%	38	49	93	28	1	2
GEOGRAFIA DEL TURISMO	TRONCAL / BASICA	197	170	27	70,56%	77,22%	8,63%	70,59%	17	41	82	50	5	2
GESTION DE ALOJAMIENTOS Y RESTAURACION	OBLIGATORIA	154	137	17	74,68%	85,19%	12,34%	79,56%	19	20	53	56	4	2

GESTION DE CALIDAD	OPTATIVA	48	48	0	97,92%	100,00%	2,08%	97,92%	1	0	12	23	11	1
GESTION DE EVENTOS TURISTICOS	OPTATIVA	97	97	0	96,91%	98,95%	2,06%	96,91%	2	1	48	42	4	0
GESTION DE RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS TURISTICAS	OBLIGATORIA	157	153	4	96,18%	98,69%	2,55%	97,39%	4	2	53	84	12	2
GESTION DE TRANSPORTES TURISTICOS	OBLIGATORIA	147	144	3	88,44%	92,86%	4,76%	89,58%	7	10	55	74	1	0
GESTION DE TUROPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES	OBLIGATORIA	176	161	15	78,41%	84,66%	7,39%	78,88%	13	25	81	54	3	0
HISTORIA DEL TURISMO	TRONCAL / BASICA	193	175	18	70,47%	78,61%	10,36%	74,29%	20	37	87	34	13	2
ICONOGRAFIA E ICONOLOGIA: HERRAMIENTAS PARA LA INTERPRETACION DEL PATRIMONIO	OPTATIVA	22	22	0	81,82%	85,71%	4,55%	81,82%	1	3	12	5	1	0
IDIOMA MODERNO: INGLES IV	OPTATIVA	1	1	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	1	0	0
INFORMATICA APLICADA A LA GESTION TURISTICA	OBLIGATORIA	160	157	3	93,75%	95,54%	1,88%	94,27%	3	7	90	58	2	0
INGLES I	TRONCAL / BASICA	174	168	6	88,51%	99,35%	10,92%	91,67%	19	1	55	79	16	4
INGLES II	OBLIGATORIA	139	134	5	74,82%	85,95%	12,95%	76,87%	18	17	40	40	22	2
INGLES III	OBLIGATORIA	174	162	12	91,95%	97,56%	5,75%	93,21%	10	4	41	84	32	3
INTERPRETACION Y GESTION DEL PATRIMONIO HISTORICO	OPTATIVA	42	42	0	92,86%	97,50%	4,76%	92,86%	2	1	8	23	6	2
INTRODUCCION A LA ANTROPOLOGIA SOCIAL	TRONCAL / BASICA	181	175	6	75,69%	89,54%	15,47%	76,00%	28	16	76	57	2	2
INVESTIGACION DE MERCADOS TURISTICOS	OBLIGATORIA	178	156	22	76,97%	82,04%	6,18%	78,21%	11	30	84	51	2	0
ITINERARIOS E INFORMACION TURISTICA	OPTATIVA	31	30	1	90,32%	93,33%	3,23%	90,00%	1	2	9	13	5	1
MADRID Y SU REGION TURISTICA	OPTATIVA	47	47	0	95,74%	100,00%	4,26%	95,74%	2	0	24	21	0	0
MARKETING TURISTICO	OBLIGATORIA	150	127	23	74,67%	86,82%	14,00%	74,80%	21	17	40	66	6	0
MODELOS DE TURISMO Y TIPOLOGIA DE LOS CONSUMIDORES	OPTATIVA	103	102	1	94,17%	100,00%	5,83%	95,10%	6	0	34	61	1	1
ORGANIZACION Y GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS	TRONCAL / BASICA	190	131	59	67,37%	73,14%	7,89%	66,41%	15	47	105	21	1	1
PATRIMONIO CULTURAL: HISTORIA DEL ARTE	TRONCAL / BASICA	180	172	8	64,44%	76,32%	15,56%	65,12%	28	36	63	46	4	3
PATRIMONIO CULTURAL: LITERATURA DE VIAJES	OPTATIVA	51	51	0	98,04%	100,00%	1,96%	98,04%	1	0	11	23	14	2
PATRIMONIO TERRITORIAL, FLUJOS Y RECURSOS TURISTICOS	OBLIGATORIA	141	131	10	78,72%	86,05%	8,51%	80,15%	12	18	82	24	4	1
PLANIFICACION DE DESTINOS TURISTICOS	OBLIGATORIA	173	127	46	60,69%	72,92%	16,76%	59,84%	29	39	67	33	5	0
PLANIFICACION Y GESTION DEL TURISMO URBANO Y CULTURAL	OPTATIVA	20	19	1	95,00%	95,00%	0,00%	94,74%	0	1	10	7	2	0
PLANIFICACION Y GESTION TURISTICA DE AREAS COSTERAS	OPTATIVA	55	55	0	96,36%	100,00%	3,64%	96,36%	2	0	17	36	0	0
PLANIFICACION Y GESTION TURISTICA DE ESPACIOS NATURALES Y AREAS RURALES	OPTATIVA	18	18	0	94,44%	100,00%	5,56%	94,44%	1	0	4	12	1	0
PLANIFICACION Y GESTION TURISTICA DE RECURSOS CULTURALES	OPTATIVA	16	16	0	93,75%	100,00%	6,25%	93,75%	1	0	3	9	3	0
POLITICA TURISTICA	OBLIGATORIA	153	145	8	94,77%	96,67%	1,96%	95,86%	3	5	79	62	4	0
PRACTICAS EXTERNAS (TURISMO)	PRACTICAS EXTERNAS	156	148	8	92,95%	100,00%	7,05%	95,27%	11	0	4	48	93	0

PRAGMATICA DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL	OPTATIVA	92	91	1	97,83%	100,00%	2,17%	97,80%	2	0	17	56	16	1
PSICOLOGIA SOCIAL DEL TURISMO	OPTATIVA	83	82	1	92,77%	100,00%	7,23%	93,90%	6	0	27	39	11	0
SEGUNDO IDIOMA MODERNO: ALEMÁN I	OBLIGATORIA	35	29	6	62,86%	84,62%	25,71%	68,97%	9	4	8	9	3	2
SEGUNDO IDIOMA MODERNO: ALEMÁN II	OBLIGATORIA	47	32	15	51,06%	58,54%	12,77%	40,63%	6	17	15	6	2	1
SEGUNDO IDIOMA MODERNO: ALEMÁN III	OBLIGATORIA	33	23	10	87,88%	93,55%	6,06%	95,65%	2	2	18	7	3	1
SEGUNDO IDIOMA MODERNO: FRANCES I	OBLIGATORIA	166	141	25	75,30%	88,65%	15,06%	77,30%	25	16	71	48	6	0
SEGUNDO IDIOMA MODERNO: FRANCES II	OBLIGATORIA	137	95	42	84,67%	93,55%	9,49%	84,21%	13	8	74	35	5	2
SEGUNDO IDIOMA MODERNO: FRANCES III	OBLIGATORIA	141	122	19	90,07%	95,49%	5,67%	90,16%	8	6	89	38	0	0
SEGUNDO IDIOMA MODERNO: FRANCÉS IV	OPTATIVA	31	29	2	87,10%	96,43%	9,68%	89,66%	3	1	18	9	0	0
SITUACION ECONOMICO-FINANCIERA DE LA EMPRESA TURISTICA	OPTATIVA	50	50	0	54,00%	69,23%	22,00%	54,00%	11	12	16	7	4	0
SOCIOLOGIA DEL TURISMO Y DEL OCIO	TRONCAL / BASICA	172	172	0	88,37%	96,82%	8,72%	88,37%	15	5	47	64	38	3
TRABAJO FIN DE GRADO (TURISMO)	PROYECTO FIN DE CARRERA	217	154	63	84,79%	99,46%	14,75%	90,91%	32	1	54	103	24	3
TURISMO, SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE	OPTATIVA	48	46	2	91,67%	97,78%	6,25%	91,30%	3	1	27	15	2	0

Datos extraídos el 24/09/2025

La información facilitada es un instrumento para analizar los resultados por asignatura y facilitar el seguimiento de la titulación, tanto por la Comisión de Calidad, como para facilitar la Coordinación. Puede observarse que todas las asignaturas superan holgadamente el 50% de alumnos aprobados sobre el número de alumnos matriculados, solo en 11 asignaturas el porcentaje es inferior al 70% estas son: Determinación d costes en la empresa turística, Dirección Financiera para empresas turísticas, Estadística Aplicada al sector Turístico, Fundamentos de Contabilidad para Empresas Turísticas, Fundamentos de Economía , Patrimonio Cultural: Historia del Arte, Organización y gestión de empresas turísticas, Planificación de Destinos Turísticos, Alemán I y II, Situación económica-financiera de la empresa turística. Este dato mejora discretamente el resultado del curso pasado, 12, aunque sigue siendo superior a los cursos 22/23, 7, o en 2021-2022, 4. El detalle de la tabla ayuda a explicar por curso el tamaño de los grupos de algunas asignaturas.

Los resultados por asignaturas en el curso 2024-2025 en el Doble Grado en Turismo y Comercio se recogen en la siguiente tabla.

ICMRA- 2: Resultados en las Asignaturas

Curso Académico: 2024-25

Centro: FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Plan de Estudios: DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO (DT12)

Asignatura	Carácter	Matriculados	1ª matricula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
ANÁLISIS CONTABLE	OBLIGATORIA	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

CURSO 2024-25

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 ESTRÁTÉGICA 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 ESTRATÉGICO	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	42	36	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

Datos extraídos el 24/09/2025

Los resultados del Doble Grado son incluso mejores que los del Grado en Turismo, tal vez por la mayor nota media de entrada en la titulación, que implica un rendimiento académico de los alumnos levemente superior desde el primer año. No obstante, a la hora de realizar comparaciones hay que tener en cuenta que son titulaciones con una maduración muy distinta y con un número de alumnos por aula mucho menor en el doble grado, lo que permite una atención mucho más personalizada, siendo muy significativo señalar que sólo 4 materias están por debajo del 70% (sin considerar prácticas y TFGs) y 6 asignaturas tienen el 100% de aprobados, estando la mayoría de las restantes materias en porcentajes por encima del 85%.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F11 El análisis de indicadores de demanda y su evolución para la titulación muestra que existe una demanda adecuada de estos estudios, coherente con la oferta planteada por el Centro.	D3. Persiste el problema de la tasa de abandono, si bien, se está mejorando considerablemente al respecto. D4. Descenso de porcentaje de cobertura.

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).

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.

	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	6.5	6.6	6.6	6.5
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	7.8	7.8	7.7	7.7
IUCM-15 Satisfacción del PTGAS del Centro	6.3	8.8	7	7

La evolución de los indicadores IUCM 13, 14 y 15 son en general satisfactorios. Las puntuaciones de los alumnos se mantienen en niveles de cursos anteriores, aunque todavía hay margen para la mejora. La puntuación del profesorado se mantiene en niveles altos y la satisfacción del PAS es notable.

Junto a los indicadores generales, tenemos los resultados más detallados de las encuestas de satisfacción que nos envía desglosados el Rectorado de la UCM. La Dirección del Centro y la Coordinación del Grado en Turismo facilitan los medios para su aplicación. Se realizan con periodicidad anual. Están implantadas para alumnos, profesores y personal de administración y servicios.

En la encuesta de satisfacción del alumnado, en el curso 2024-2025, participaron 69 alumnos, descendiendo respecto a los 99 del curso anterior. La participación ha pasado del 12,2% al 9,2%.

La puntuación obtenida en el curso 2024-2025 respecto al nivel de satisfacción global con la titulación en Turismo es similar 6,5, mientras que el curso pasado fue de 6,6.

Analizando las preguntas sobre aspectos específicos, hay que destacar que en la mayoría de los apartados se ha mantenido la tónica general con respecto al curso anterior o incluso se han mejorado. Algunos datos concretos son: el nivel de dificultad del grado es apropiado (6,8), los contenidos de las asignaturas están organizados (5,6); la formación recibida está relacionada con las competencias de la titulación (6,6); en la titulación la relación calidad-precio es adecuada (6,2); la titulación tiene orientación internacional (6); la titulación integra teoría y práctica (6,5). Todos los apartados están aprobados, manteniéndose en general las calificaciones con respecto a cursos anteriores. En este sentido, cabría destacar la alta valoración por parte de los alumnos en lo relativo a las prácticas externas (8,8), valoración formativa (8,2), atención tutor/colaborador (8,2) y la utilidad percibida para la empleabilidad.

Si hacemos una valoración general, debemos considerar estos resultados como bastante positivos,

evidenciando ser el resultado de políticas académicas impulsadas hace cuatro años que han empezado a mostrar una mejora cuantitativa y cualitativa, fruto de los esfuerzos realizados para dar mayor calidad a las enseñanzas que se imparten en nuestra Facultad en general, y en esta titulación en particular.

En la encuesta de satisfacción del PDI del curso 2024-2025 han participado 24 profesores frente a los 37 del curso 2024-25 lo que supone un ligero descenso de participación del PDI en este proceso. El resultado más relevante es la satisfacción global del profesorado respecto a la titulación, que sigue manteniéndose alto, obteniendo una puntuación de 7,7, similar a la del curso anterior 2023-2024. Las notas establecidas sobre 10, están en línea con las puntuaciones de cursos anteriores. Asimismo, también consideramos muy satisfactoria la valoración global del profesorado respecto a la UCM que se ha situado también en un 8,5. A nivel específico, casi todas las valoraciones respecto a la titulación son bastante favorables, con puntuaciones superiores a 7 e incluso a 8 en la mayoría de los apartados, siendo particularmente positiva la valoración del campus virtual en un 8,3 habiendo sido este un instrumento imprescindible de trabajo durante estos años. También son destacables las altas puntuaciones de los apartados: satisfacción con la actividad docente de la titulación (8); importancia de la titulación en la sociedad (8,5); formación académica relacionada con las asignaturas impartidas (8,8); volvería a elegir esta titulación (8,1) y recomendaría la titulación a un estudiante (7,2) y el nivel de orgullo de ser profesor de la UCM (8,5). Los valores más bajos se obtienen en lo que atañe a la Satisfacción con los alumnos, donde el aprovechamiento de las tutorías (3,5), la implicación de los alumnos (5), el nivel de trabajo y el compromiso del alumnado, (5,3 y 5,4 respectivamente), son cuestionados por PDI.

Por último, el PAS valora su satisfacción con la facultad con un 7, siendo los aspectos mejor valorados, la relación con compañeros del Servicio (10), la comunicación con la gerencia del Centro (8,6), la organización del trabajo en la unidad (9,8), la comunicación con otras unidades (8,3)) la realización de tareas correspondientes a su trabajo (9,4).

	Curso autoinforme acreditación 2021/22	1º curso de acreditación 2022/23	2º curso de acreditación 2023/24	2º 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 PTGAS del Centro	6,3	8,8	7	7

En el Doble Grado, con una participación de 39 estudiantes, la satisfacción global del alumnado se cifra en 5.9. Los aspectos mejor valorados de la titulación son el programa de movilidad (7,7), el número de alumnos por aula (7.9) y la satisfacción con las prácticas externas (7.8) valorando además de forma muy positiva la labor del tutor de prácticas (7,8). Los aspectos peor valorados son el contenido innovador (4,6), el componente práctico adecuado (5,1), o recursos y medios (4,4). Cabe señalar que la participación ha aumentado respecto al curso anterior de 37 estudiantes, que suponía una participación del 10,3%, a 39 encuestas que representan el 17,2% del total estudiantes).

En cuanto a la satisfacción de los docentes con la titulación es bastante positiva (7.9). Los aspectos más valorados son la formación académica impartida (9,7), campus virtual (8,8), aulas docencia teórica (8,2), o la gestión de los procedimientos administrativos comunes que se hacen en la titulación (9). Mientras que lo peor valorado es el aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado (4,3). La participación del PDI ha sido ligeramente inferior que, en el curso académico anterior, pasando de 22 encuestas a 12.

Finalmente, los resultados de la encuesta a los agentes externos tienen una satisfacción global con el trabajo realizado en la Comisión de Calidad y su participación en la toma de decisiones que afectan a la evolución de la titulación de notable (8), otorgando una valoración sobresaliente (9) a la metodología de trabajo de la Comisión y al desarrollo y evolución del	DEBILIDADES
--	-------------

título.FORTALEZAS	
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)	D5. Participación de alumnos, PDI y PAS en las encuestas de satisfacción mejorable.

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

El Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid tiene establecido un procedimiento para recabar información sobre egresados e inserción laboral. Este procedimiento se basa en una encuesta de satisfacción con la titulación de egresados cuyo envío se realiza al año siguiente al del curso de finalización de estudios, mientras que la encuesta de inserción laboral se realiza dos años después del curso de finalización. El período de trabajo de campo se lleva a cabo entre mayo y junio.

En cuanto a la metodología, se trata de encuestas online basadas en un sistema CAWI propio del Vicerrectorado de Calidad, con envíos de correos electrónicos de invitación con un enlace de acceso individual para el encuestado, y un correo recordatorio a aquellos egresados que no han respondido al cuestionario a la fecha del recordatorio. Como refuerzo, desde el curso 2021/22 se realizan encuestas telefónicas con objeto de incrementar la participación.

El resultado de las encuestas realizadas por la UCM y los informes del centro se encuentran disponibles en la web de la Facultad de Comercio y Turismo (<https://comercioyturismo.ucm.es/resultados-de-la-encuesta-de-insercion-laboral-de-los-egresados>).

Los últimos datos disponibles del curso 2024-2025 reflejan una participación de 12 alumnos del Grado en Turismo (7,3%). Este dato evoluciona con respecto al curso 2023-2024 en el cual participaron 9 alumnos y respecto al curso 2022-2023 que era de 11 alumnos. Según esta encuesta, la satisfacción global con la titulación (IUCM-29) ha caído a un 5,1. En cualquier caso, uno de los indicios que evidencian la satisfacción del alumnado egresado es que valoran la capacidad técnica resolución de problemas (7,4), analizar (7,4), manejar dificultades (7,5) o trabajar en equipo (7,7). La tasa de inserción laboral de los egresados del grado en Turismo (IUCM-30) está en 80.8% el curso 2024-2025.

Para el Doble Grado, siendo la tasa de participación del 8.8%, se obtuvo para el curso 2024-2025, una tasa de inserción laboral de los egresados de un 81,8%, y una media de satisfacción global de 8.

GRADO TURISMO	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	7.5	6.2	7	5.1
IUCM-30 Tasa de inserción laboral egresados	70%	83.3%	93,8	80,8

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F14 Existencia de un sistema de encuestas de satisfacción e inserción de egresados (UCM)	D6 Participación mejorable en las encuestas a egresados
F15 Proyecto para obtención de datos de trayectorias profesionales de inserción (FCyT)	

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

Los programas de movilidad son objeto de convocatorias públicas, predeterminadas desde los vicerrectorados respectivos y son comunes para toda la universidad. El control de calidad que se ejerce sobre las mismas se apoya en el constante contacto tanto con los alumnos como con los coordinadores de las universidades socias y en las encuestas que, con carácter general, se realizan desde la oficina de relaciones internacionales. En el centro existe una Oficina de movilidad que garantiza un funcionamiento eficaz de la gestión de expedientes de movilidad. En el marco del programa Erasmus, en el curso 2021-2022 fueron 36, durante el curso 2022-2023 fueron 24, y en el 2023-2024, 48 y, por último, en el curso 2024-2025, 26. Actualmente tenemos convenios con universidades extranjeras pertenecientes a 15 países europeos: Austria, Alemania, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Noruega, Polonia y Portugal.

Respecto a los estudiantes procedentes de universidades extranjeras que estudian en nuestra Facultad (Erasmus incoming), los datos disponibles no están desagregados por titulaciones, por lo que incluyen tanto los del Grado de Turismo como los del Grado de Comercio. Lo habitual en estos estudiantes es que, al matricularse, lo hagan en asignaturas sueltas, independientemente del grado. Durante el curso 2024-2025, se recibió uno más que en el curso pasado, 66. En 2023-2024 se aceptaron 65 estudiantes procedentes de otras universidades europeas, cinco menos que en 2022-2023. Si tenemos en cuenta que el total de alumnos de nuestra Facultad que realizaron estudios en el extranjero ha sido de 65, se consolida una tendencia ya detectada en años anteriores, tendente al equilibrio entre el número de alumnos outgoing e incoming. Esta tendencia se ha invertido, ya que en cursos anteriores era muy desfavorable para nuestra Facultad, corrigiéndose con ello un desequilibrio tradicional que podría deberse a la progresiva mayor conciencia en el alumnado de la necesidad de completar su formación en universidades de la Unión Europea que se benefician de las ventajas del programa Erasmus.

La encuesta sobre satisfacción con la titulación por parte de los estudiantes incluye dos preguntas sobre los estudios realizados a través de los programas de movilidad. La encuesta correspondiente al curso 2024-25 fue rellenada por 69 alumnos del Grado en Turismo la Facultad de Comercio y Turismo. La puntuación otorgada a la satisfacción con el programa de movilidad fue de 6.7 sobre 10 y la satisfacción con la formación recibida en el extranjero de 7.9. En el Doble Grado en Turismo y Comercio, 39 alumnos se acogieron a dicho programa. 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 7,7 y la satisfacción con la formación recibida en el extranjero alcanza la calificación de 8. Todas las puntuaciones son muy favorables

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F16 Alta satisfacción de alumnos en programas de movilidad	
F17 Eficaz gestión administrativa de los programas de movilidad (Oficina de movilidad)	
F18 Alta oferta de convenios disponibles para acciones de movilidad	

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

Las prácticas en empresas en el Grado en Turismo 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 CURSO 2024-25

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

En el curso 2024-2025 fueron 159 los alumnos que realizaron prácticas curriculares, 9 más que el en el curso 2023-2024.

En cuanto a la satisfacción de los alumnos con las prácticas en empresas, en el curso 2024-2025 disponemos de los informes de evaluación de los estudiantes sobre diversos aspectos de las prácticas realizadas. Concretamente el grado de satisfacción general con las prácticas, mejora respecto al curso académico pasado, pasando de un 80,69% que estaba muy o totalmente satisfecho, a un 84,04%. Tan solo un 2,76% refiere estar poco satisfecho.

En las encuestas de evaluación de las prácticas en torno a un 70 % considera que ha aplicado los conocimientos adquiridos en la titulación y en torno al 95,17% creen que han favorecido los conocimientos y competencias adquiridas y un 96,5% lo ven como un complemento necesario para la formación. En cuanto a las encuestas del tutor académico consideran que el 94% de los alumnos tienen una actitud positiva o muy positiva ante las prácticas; el 78% asegura haber contactado 1 o más veces con el estudiante durante las prácticas y el 15,17% el contacto al inicio, antes las escasas incidencias reportadas, se resolvieron la práctica totalidad de ellas. En cuanto a las entidades indican que todos los alumnos han completado el periodo de prácticas y que su capacidad técnica es alta o muy alta.

Asimismo, en la encuesta general sobre satisfacción de los estudiantes del grado, la puntuación obtenida por la satisfacción con las prácticas académicas externas curriculares es de 8,8 sobre 10 en el Grado en Turismo (mejorando el dato del curso 23/24) y de 7,8 en el Doble Grado en Turismo y Comercio. Todos estos datos hay que valorarlos como muy positivos, sobre todo, teniendo en cuenta las dificultades inherentes al desarrollo de las prácticas en un momento como el actual, condicionado por los confinamientos y situación sanitaria cambiante.

Listado con las Empresas e instituciones con los que están vigentes Convenios de Prácticas en el curso 2024-2025 en el Grado en Turismo:

Amare Beach Hotel Ibiza, SLU ()	Ilunion Hotels, S.A. ()
Ambar, otros viajes, S.L. ()	Integración Agencias de Viajes, S.A. ()
Amigo Group Europa, S.L. ()	Integración Agencias de Viajes, S.A. Nautalia Viajes,
Aparto Suites Muralto, S.L. ()	S.L. U.T.E. ()
AQ Acentor Development, S.A.U. ()	Interway, S.A. ()
Argon Hotel, S.L.U. ()	IVF Spain Madrid, S.L. ()
Arralde Inversiones, S.L. ()	KREAE Instituto Creación Contemporánea ()
ASG Proyectos Hoteleros Atocha Opc 1, S.L. ()	Kunpeng Education Internacional Consultoría, S.L. ()
Asialink Consulting, S.L. ()	Lacerta Hotels, S.L. ()
Asistencia y Ayuda Yadisema, S.L. ()	Lince Hoteles, S.L.U. ()
Asociación de Antiguos Alumnos de ESADE ()	Lourdes Bustos de la Torre ()
Aula Abierta, S.A. ()	Mapagroup Travel, S.L. ()
Avirato, S.L.U. ()	Meliá Hotels International, S.A. ()
Ávoris Retail Division, SL ()	Ministerio de Industria y Turismo (Subsecretaría de Industria, Comercio y Turismo)
Ayuntamiento de Morata de Tajuña ()	Minor Hotels Europe & Americas S.A. ()
B Travel Turismo Accesible, SA (Viajes Corporativos)	Minty Host, S.L. ()
Baharytravels, S.L. ()	N.H. Lagasca, S.A. ()
Banana Homes, S.L. ()	Nasserian Spain, S.L. ()
Beata Baldoria, S.L. ()	Nautalia Viajes, S.L. ()
Beatriz Serrano López (Fuensaviajes) ()	NH Hoteles España, S.A. ()
Bellmullet HospitalityGroup LTD. ()	Nuba Expediciones, S.L. ()
Best Career Butler, S.L. ()	Nuevos Espacios Hoteleros, S.A. ()
Better For Me Drinks, SL ()	Ocean Continente Group, S.L. ()
Bodegas Baigorri, SAU ()	Oikos Hotels, S.L. ()
Bookingres, S.L. ()	Orience International, S.L. ()
Breda Capital, S.L. ()	Paimac Investments S.L.U. ()
BTravel ()	Pataleta Musical, A.I.E. ()
Buoya Consulting, S.L ()	Piveral Global Service S.L. ()
Cap Negret, SA (Hotel Cap Negret)	Plataforma Representativa Estatal de Personas con
Centro Comercial Portugal, S.A. ()	

Centro de Formación Permanente UCM ()
Centros Comerciales Carrefour, S.A. ()
Claelgon, SL ()
Cloud Workspaces, S.L. ()
Collarada de Intermediacion SL (Ventas)
Connectworld International Education, S.A. (MARKETING Y CONSUMO)
Cool Rooms Atocha, SLU ()
Coral Equity E 1999, S.L.U. ()
Corecapitis SL ()
Destinia, S.L.U. ()
Devoture Innovation, S.L. ()
Día Libre Viajes, SL ()
Don Quixote Tours, SL ()
Doskasde, S.A. ()
Dugopa, SA (Administración)
Early Stars Edu ()
Easy Group Iberia, S.L. ()
EasyMode Concept, S.L. ()
EGE Gestión Consultores 2021, S.L. ()
Enfoka Sistemas Globales, S.L. ()
Essentia Tarancón Hotel, SL ()
Euroforum Escorial, S.A. ()
Eurostars Hotel Company, S.L. ()
Eurowilcom, S.A. ()
Explotaciones Santonel SL ()
Explotadora Madrid Tower, S.L.U. ()
Farmington Investment, S.L. ()
Feloanca, S.L. ()
FG Acta Group, S.L. ()
Fiordland Travel SL ()
Fivebioenergy, S.L. ()
Fomento de Construcciones y Contratas, S.A. ()
Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid ()
GESTIHOTELS ALEGRIA, SL ()
Gestihotels Almería, SL ()
Gestihotels Andalusia, SLU ()
Gestihotels Costa Ballena SL ()
Gestihotels Jerez, SL ()
Gestihotels Tramuntana, SLU ()
Gestión Informática Administración Local SA ()
Gestión T3 Hoteles, S.A. ()
Green and Blue Villas Ibiza, S.L. ()
Green Investment, S.L. ()
Green San Agustín SL ()
Grupo MCáceres, SL (Marketing)
Half Full Venture, S.L. ()
HB Flava The Company ()
High Tech Hotels & Resorts, S.A.U. ()
Hocatsaseis, S.L. ()
Hospedium Hotel Group, S.L. ()
Hotel Atocha 49, S.L. ()
Hotel Avant Torrejón Porcel, S.L. ()
Hotel Ganivet, S.L. ()
Hotel Montera 47, S.L. ()
Hotel Porcel Torregarden, S.L. ()
Hotel Villa Magna, SL ()
HOTEL ZARZUELA PARK, S.L.U. ()
Hotelera EL Carmen, S.L. ()
Hoteles Campezo, S.L. ()
Huakai Travel, S.L. ()
Ikono Madrid S.L ()
Discapacidad Física ()
Project HBH Alcobendas S.L. ()
Radisson Hospitality Services Spain S.L. ()
Ramón Carús y Cía, S.A. ()
Red Peregrina, S.L. ()
reen Lope de Vega, S.L. ()
reen Prado, S.L. ()
Restel, S.A. ()
Revenue Labs, S.L. ()
Room 00 Hotels & Hostels, S.L.U. ()
Room Mate Hospitality & Leisure SL ()
Roso Acm SL ()
RPA Events, S.L. ()
Sabel de Servicios SL (Recepción)
Sagatu Asociados Comercial Hotelera, S.L. ()
Salazar Hermanos, S.A. ()
Samara Energía, S.L. ()
San Mateo 3 Hostel, S.L. ()
Sardi 2020, S.L. ()
Satre, S.A. ()
SB Hotels Spain, SL ()
Scuba Divine S.R.L. ()
SCW House, S.L ()
Servicios y Desarrollos Turísticos, S.L. ()
Silenis Promotion, SL ()
Sleep Star One, S.L. (Recepción)
Soljet Viajes, S.L. ()
Starmel Hotels OP SL (HOTEL SOL PRINCIPE)
Teide 10, S.L. ()
Travelodge Hoteles España, S.L. ()
Treatwell Spain, S.L. ()
Tsinghai Tsing, S.L. ()
TUI Spain, S.L. ()
Urdetrans, S.L. ()
UVE Gestiones Hoteleras, S.L. ()
Valeo Stay, S.L. ()
Vanrays, S.L. ()
VB Global Group, SL ()
Viajes Arenas, S.A. ()
Viajes El Corte Inglés, S.A. ()
Viajes Gran China, S.A. ()
Viajes Helice, SL ()
VIAJES NIEVA SLU ()
Viajes Nones, SL ()
Viajes Redondo, S.L. ()
Viapia Travel S.L. ()
Vileal, SL ()
Vincci Hoteles, S.A. ()
Vista Oriente Trading, S.L. ()
Voiash Discover International S.L.U. ()
Wamos Air, S.A. ()
Wanderlust Corner, S.L. ()
We the Club, S.L. ()
WEI Valencia San Luis Hotel, S.L.U. ()
Whiteland Investments SL (RECEPCION)
XCape Cancun, S.L. ()
Xinhai Holiday, SL ()
yuntamiento de Toledo ()
Zrimon Consultoría y Desarrollo Tecnológico, SL
(Recepción)

Ikono Xperience S.L. ()

En el doble grado en Turismo y Comercio 36 alumnos hicieron prácticas curriculares en el curso 2024-25. En las encuestas de evaluación de las prácticas un 93,1% está entre muy satisfecho y totalmente satisfecho con la realización de las prácticas; entorno a un 83% considera que ha aplicado los conocimientos adquiridos en la titulación y en torno al 93% lo ven como un complemento necesario para la formación. En cuanto a las encuestas del tutor académico consideran que el 96,5% de los alumnos tienen una actitud positiva o muy positiva ante las prácticas, el 93% asegura haber contactado 1 o más veces con el estudiante durante las prácticas y se han resuelto casi la totalidad de incidencia. En cuanto a las entidades indican que todos los alumnos han completado el periodo de prácticas y que su capacidad técnica es alta o muy alta.

El listado de entidades que ofertan prácticas en el Doble Grado de Turismo y Comercio en el curso 23/24 son las siguientes:

Abaco Digital Developments, S.L. ()	Meliá Hotels International, S.A. ()
Alsa Ferrocarril ()	Minor Hotels Europe & Americas S.A. ()
Amigo Group Europa, S.L. ()	Minty Host, S.L. ()
AQ Acentor Development, S.A.U. ()	Nautalia Viajes, S.L. ()
Argon Hotel, S.L.U. ()	NH Hoteles España, S.A. ()
Arralde Inversiones, S.L. ()	Nuba Expediciones, S.L. ()
ASG Proyectos Hoteleros Atocha Opco 1, S.L. ()	Oikos Hotels, S.L. ()
Baharytravels, S.L. ()	Paimac Investments S.L.U. ()
Banana Homes, S.L. ()	Project HBH Alcobendas S.L. ()
Better For Me Drinks, SL ()	PSICOURGENCIAS: Prevencion, Intervención y Duelo por Suicidio, S.L. (Dirección)
Bodegas Baigorri, SAU ()	Ramón Carús y Cía, S.A. ()
Bookingres, S.L. ()	Red Peregrina, S.L. ()
Centro de Formación Permanente UCM ()	reen Lope de Vega, S.L. ()
Compañía Operadora de Corto y Medio Iberia Express, S.A.U. ()	reen Prado, S.L. ()
Coral Equity E 1999, S.L.U. ()	Revenue Labs, S.L. ()
Coral Equity E 1999, SA ()	Room 00 Hotels & Hostels, S.L.U. ()
Daniel Díez Santo (SALTO CONSULTORES) (Planificación turística)	San Mateo 3 Hostel, S.L. ()
Destinia, S.L.U. ()	Satre, S.A. ()
Don Quixote Tours, SL ()	Scuba Divine S.R.L. ()
DSV Air & Sea SAU ()	Servicios y Desarrollos Turísticos, S.L. ()
Eb2 Gestión Hotelera, S.L. ()	Sleep Star One, S.L. (Recepción)
Entradas El Corte inglés S.L.U. (ENTRADAS)	Soljet Viajes, S.L. ()
Euroforum Escorial, S.A. ()	Tanit Management S.L ()
Farmington Investment, S.L. ()	Taohostels, S.L. ()
Feloanca, S.L. ()	Teide 10, S.L. ()
GESTIHOTELS ALEGRIA, SL ()	The Finder Company, SL ()
Gestihotels Almería, SL ()	TUI Spain, S.L. ()
Gestihotels Andalusia, SLU ()	Valeo Stay, S.L. ()
Gestihotels Costa Ballena SL ()	Vanrays, S.L. ()
Gestihotels Jerez, SL ()	Viaja de Verdad, SL (Turismo & Marketing)
Gestihotels Tramuntana, SLU ()	Viajes Arenas, S.A. ()
Green Investment, S.L. ()	Viajes de Autor, S.L. ()
Green San Agustín SL ()	Viajes Irsemar, S.L. ()
High Tech Hotels & Resorts, S.A.U. ()	VIAJES NIEVA SLU ()
Hotel Montera 47, S.L. ()	Viajes Singulares In and Out, S.L. ()
Hotel Urso, S.L. ()	Vithalani Investments, SL ()
HOTEL ZARZUELA PARK, S.L.U. ()	Wamos Air, S.A. ()
Hoteles Campezo, S.L. ()	Whiteland Investments SL (RECEPCION)
Ikono Madrid S.L ()	
Ilunion Hotels, S.A. ()	
Inversiones Inmobiliarias Cala Llonga, S.A. ()	
KREA Institute Creación Contemporánea ()	
Linkadia Media S.L. ()	

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F19 Alta satisfacción de los 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:

APARTADO: INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO. 2.- La estructura de la web permite un fácil acceso a la información puesta a disposición.

RECOMENDACIÓN: En “Acceso y Admisión-Información Específica” se recomienda reparar los links referentes a la información sobre reconocimiento de créditos, ya que aparece un error.

ACCIÓN: se han revisado los enlaces y reparado el enlace roto.

APARTADO: INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO. 3.- Esta información está actualizada.

RECOMENDACIÓN: Se recomienda actualizar normativa de Transferencia y Reconocimiento de Créditos, actualizada el 3 de julio de 2024, disponible en este enlace: <https://bouc.ucm.es//pdf/5276.pdf>

Se recomienda actualizar los Horarios y Calendario académico ya que aparecen los de 2023-24.

ACCIÓN: se han revisado la web y actualizado la normativa de transferencia y reconocimientos de créditos así como los horarios y calendario académico.

APARTADO: ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO. 3.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

RECOMENDACIÓN: Se recomienda indicar el porcentaje de profesores doctores que imparten docencia en el título.

ACCIÓN: se ha incluido el porcentaje de doctores en el apartado correspondiente a personal.

APARTADO: ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO. 5.- Indicadores de resultado.

RECOMENDACIÓN: Se recomienda analizar las encuestas realizadas a los agentes externos.

ACCIÓN: Se ha incluido en el apartado 5.2. el análisis de la encuesta realizada 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:

- Transmisión a Rectorado de la necesidad un plan de profesorado que atienda las necesidades del Centro.
- 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.
- Continuar la vigilancia de los indicadores de resultado
- Incorporación como objeto de análisis en la Comisión de calidad para comparar los datos con otros títulos similares y estudiar una posible modificación del dato en la memoria de verificación.
- Realizar seguimiento del descenso del porcentaje de cobertura y evaluar acción de adaptación del plan de estudios.
- Reunión con Delegados/as de grupos y representantes de estudiantes para tratar el tema de participación de las encuestas.
- Continuación y reforzamiento del sistema interno de encuestas a egresados
- Propuesta de cuestionario interno de inserción laboral

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, evaluó el seguimiento del Grado en Turismo en el marco establecido por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. Con fecha 14 de mayo de 2024 emitió el Informe final de renovación de la acreditación en términos de **FAVORABLE**. El informe es público en la página web del propio título forma fácilmente accesible en el siguiente link: https://www.ucm.es/file/com_ifa-2024-g-turismo.

Este informe estableció una modificación necesaria y tres recomendaciones que se detallan a continuación junto con las acciones previstas y puestas en marcha, tanto en el curso previo como en el expuesto en esta memoria de seguimiento anual 2024/2025:

MODIFICACIONES NECESARIAS:

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

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

- Acciones: Se ha establecido un sistema de revisión de expedientes, a partir de muestra aleatoria de estudiantes matriculados de nuevo ingreso, para verificar cumplimiento de acreditación de nivel de idioma español requerido para cursar la titulación a estudiantes procedentes de Sistemas Educativos Extranjeros.

Se ha establecido un sistema de verificación de acreditación de nivel B2 de inglés para estudiantes que desean cursar asignaturas en inglés, aplicado de manera previa a la matriculación de la asignatura..

RECOMENDACIONES:

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

1.- *Se recomienda fomentar la participación en las encuestas de satisfacción de los diferentes colectivos implicados en el título (especialmente de estudiantes, egresados y PAS) con el fin de mejorar la representatividad de los indicadores ofrecidos.*

- Acciones: realización de campañas de comunicación (ejemplo: Dale la Vuelta, dirigida a los estudiantes), envío de correos, cartelería en la Facultad, etc. Fruto de esto se observa un incremento de la participación en los dos últimos cursos académicos (PTGAS tendencia en aumento de 8,8% a 15,6%; estudiantes y PDI resultados limitados ligero aumento muy similar a curso de acreditación; Egresados: encuestas telefónicas (Rectorado), incremento del 3.3% al 7,3%; si bien se ha de seguir trabajando en alcanzar porcentajes de participación mayores. Además, desde la Facultad de Comercio y Turismo se puso en marcha un proyecto InnovaCentro (Facultad) para realizar un ensayo piloto de CRM que permita establecer relaciones con egresados a largo plazo.

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

1.- *Se recomienda aumentar el profesorado permanente que imparte docencia en el título.*

Acción: Desde el Rectorado y desde la Facultad, tratando de atender a las consideraciones y recomendaciones de los informes de evaluación de la titulación, ha conseguido mantener la tendencia de mejora en lo que respecta a la estructura del profesorado, derivados de la consolidación y estabilización de plazas de ayudante doctor a contratado doctor o profesor permanente laboral (PPL). No obstante, las acciones de mejora en esta línea deben mantenerse y reforzarse, siempre teniendo en cuenta que son actuaciones que parten desde la administración central de la Universidad Complutense de Madrid. Desde la UCM se aplican planes de actuaciones en profesorado que permiten trabajar en esta línea de estabilización y fortalecimiento del profesorado. Desde el Decanato se han mantenido periódicamente reuniones con el Rectorado para trasladar las necesidades de personal y reforzar la convocatoria de concursos de acceso a plazas de PDI, especialmente adscritas al centro, y la promoción del profesorado para cumplir con el porcentaje. Como resultado en los últimos cursos académicos, tras el proceso de acreditación de la titulación, se ha producido una mejora sustancial en cuanto a los datos referidos a personal académico. En el curso 2021-2022 fueron 131 los/as profesores/as que impartieron docencia en el grado de Turismo, y en el correspondiente a los años 2024-2025, la cifra ascendió a los 161 los/as docentes, lo que representa un aumento del +22,9%. También el porcentaje de profesorado permanente se ha incrementado respecto al último curso académico evaluado en el proceso de acreditación (21/22). En el curso 2024/2025, el número de profesores Catedráticos, Titulares, Contratado doctores, PPL, Colaborador, que imparte clase en el título aumentó hasta los 53, representando un 33% de la plantilla, valor que se mejora sustancialmente si consideramos a los profesores ayudantes doctores (25). La suma de ambas categorías alcanza un 48% un porcentaje algo superior al 46% del curso 2021/22. 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 Turismo, pasando a ser del 42,9%, un descenso significativo respecto al curso 21/22, que superaba el 57% (asociados y asociados interinos). 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).

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.

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.- *Se recomienda analizar las causas de la alta tasa de abandono para implementar las medidas necesarias para reducirla.*

- Acción: Atendiendo a la recomendación indicada en el último informe de evaluación de la acreditación, desde la Facultad de Comercio y Turismo se han puesto en marcha acciones de mejora de la titulación, logrando una sensible reducción de la tasa de abandono. El grado en Turismo partía en el curso 21/22 de una tasa de abandono del 24,66%, para el último curso académico, 24/25 la tasa se situó en un 23,66%. No obstante, es importante seguir trabajando en este sentido, analizando los porqué posibles de los abandonos, a pesar de ser una tendencia generalizada en el contexto nacional en los estudios de turismo. Entre las principales causas detectadas:- Disminución del número de matrículas, reducción de la tasa de demanda del título en primera opción y mantenimiento de nota de corte en el mínimo (5).- Como consecuencia de lo anterior: elección del Grado como pasarela de acceso a otras titulaciones en la Universidad Complutense, práctica identificada dado el porcentaje de abandonos que se producen en el primer y segundo curso. El

análisis tanto de las tasas de abandono como del descenso de matrícula y demanda en las titulaciones de Turismo es una preocupación compartida con otras facultades de universidades españolas en las que se imparte esta titulación. Por tanto, el trabajo en red a un corto-medio plazo resultará clave, pues permitirá efectuar un diagnóstico fiel de la realidad en el contexto social y económico actual. En este sentido, la Facultad participa de forma activa en la RedIntur y la Conferencia de Decanos y Decanas en Turismo (CEDTUR), constituidas por universidades españolas que imparten titulaciones de grado y posgrado en Turismo, con el fin de aunar esfuerzos que impulsen los estudios de Turismo en nuestro país. Algunas iniciativas destacadas son el estudio propio de inserción laboral de egresados en turismo de grado y posgrado en España o las campañas de promoción de los estudios de turismo. Se destaca el proceso llevado a cabo por CEDTUR para revisar los contenidos de los estudios de turismo, para ello se ha consultado a empleadores, egresados y PDI de las universidades españolas, se ha realizado un estudio comparativo de los planes de estudios nacionales e internacionales y se ha realizado un estudio de las cualificaciones profesionales por niveles MECES. Fruto de este trabajo se ha elaborado un documento guía para la modificación de los estudios universitarios de turismo. Particularmente en la Facultad de Comercio y Turismo, como acciones a corto plazo, en 2024/25 se lanzaron diversas campañas para promocionar el Grado en Turismo durante el proceso de preinscripción y matrícula y acciones para dar visibilidad al título (campañas de promoción en redes sociales, participación en jornadas de puertas a viertas o la Feria Internacional de Turismo de Madrid - FITUR).

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, logrando rebajar la tasa de abandono.	

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. El alumnado dispone de la Guía Docente con toda la información relevante de las Asignaturas a cursar anualmente actualizadas.</p> <p>F5. Las normas y directrices de coordinación son las mismas en todos los grados que se imparten en la Facultad.</p> <p>F6. Los tutores de Trabajo Fin de Grado disponen de un campus específico de coordinación de TFG para agilizar los procesos de gestión y comunicación.</p>	Ver apartado 2	<p>Continuar revisando la información en la web para garantizar su actualización.</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 y el Doble Grado (Turismo)</p> <p>Mantenimiento y actualización del espacio de coordinación de tutores en el Campus Virtual</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 reducción de la demanda, tendencia generalizada a nivel nacional en lo que respecta a los estudios de turismo.	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 y potenciación del sistema de recogida de datos de satisfacción
Inserción laboral	F14. Sistema interno de encuestas a egresados. F15. Proyecto para obtención de datos de trayectorias profesionales de inserción (FCyT)	Ver apartado 5.3	Mantener y actualizar el sistema de la facultad de encuestas y trayectorias profesionales de 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	Mantener la gestión de la oficina de prácticas en el Centro.
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 renovación de acreditación del Grado en Turismo 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:

1. Pese a los efectos positivos del plan de estabilización, todavía es considerable el porcentaje de profesores/as no permanentes, si bien, las cifras de permanentes han aumentado en el curso 24/25, superando el 50% de la plantilla.
2. Persiste el problema de la tasa de abandono, aunque ha mejorado respecto a los cursos académicos anteriores.
3. Descenso del porcentaje de cobertura.
4. Diminución de la tasa de demanda del grado en primera opción en el Doble grado en Turismo y Comercio.
5. Escasa participación del PAS y PDI en las encuestas de satisfacción.
6. Participación mejorable del alumnado en las encuestas de satisfacción.
7. Descenso de la satisfacción del alumno del Doble Grado Comercio y Turismo con el título.
8. Mejora en la participación 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 del plan de estabilización, todavía es significativo el porcentaje de profesores/as no permanentes.	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 Número y tipología de plazas aprobadas de potenciación estratégica 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 Persiste el problema de la alta tasa de abandono, aunque en descenso, si bien, se está mejorando considerablemente al respecto.	Ver apartado 5.1	Continuar la vigilancia de los indicadores de resultado. Incorporación como objeto de análisis en la Comisión de calidad para comparar los datos con otros títulos similares y estudiar una	Tasa de abandono (ICM5)	Coordinador/a del título. Vicedecano de Estudiantes/as Vicedecanato de estudios y Calidad	Año académico 2024-25	En proceso

	D3. Descenso de porcentaje de cobertura. D4. Disminuye la tasa de demanda del grado en primera opción en el Doble grado en Turismo y Comercio		posible modificación del dato en la memoria de verificación. Realizar seguimiento del descenso del porcentaje de cobertura y evaluar acción de adaptación del plan de estudios. Campañas de comunicación comisión de trabajo exprofeso, que analizará en profundidad cómo abordar los posibles cambios o modificaciones que se puedan efectuar en el plan de estudios actual, atendiendo a recomendaciones tanto de las agencias de acreditación, como las de la CEDTUR	Porcentaje de cobertura (ICM3)			
Satisfacción de los diferentes colectivos	D5. Participación de alumnos en las encuestas de satisfacción mejorable. D6. 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 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.	Número de participantes en las encuestas	Coordinador/a del título. Vicedecano de Estudios y Calidad Delegado/a de la decana para la Comunicación Institucional y Transformación digital	Año académico 2024-25	En proceso
Inserción laboral	D7 Baja participación 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 titulo Delegado/a para el Empleabilidad y Prácticas Externas Vicedecanato de estudios y Calidad	Año académico 2023-24	En proceso