



VICERRECTORADO DE CALIDAD

|             |   |
|-------------|---|
| <b>RUCT</b> | <b>MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO</b>                               |
| 4313954     | MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS |

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

| <b>Créditos</b> | <b>Doble grado/máster</b> | <b>Curso de implantación</b> | <b>Prácticas externas</b> | <b>Programas de movilidad</b> |
|-----------------|---------------------------|------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| 60              |                           | 2013-14                      |                           |                               |

| <b>ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA</b> |                              |                            |                     |
|--|------------------------------|----------------------------|---------------------|
| <b>Verifica</b>                                | <b>Modificación Verifica</b> | <b>Seguimiento externo</b> | <b>Acreditación</b> |
|  |                              |                            |                     |

**CURSO 2024-25**  
**OFICINA PARA LA CALIDAD**

## INDICE

### INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

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

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

## INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

**URL:** <https://www.ucm.es/masterempresashoteleras/>

1. La página Web del centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de estudios, como para seguir el proceso de enseñanza aprendizaje). Este Centro garantiza la validez de la información pública disponible.
2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma.
3. La información presentada se adecúa a lo expuesto en la memoria verificada del título.

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

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

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

La relación nominal 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>.

#### 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 está 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

- La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo se reúne en sesiones ordinarias y extraordinarias. Se realizan tres reuniones ordinarias al año. Una al comienzo del curso, otra a mitad del curso, y la última, al concluir el periodo de docencia presencial.
- La Comisión de Calidad se reunirá en sesiones extraordinarias por iniciativa de el/la Presidente/a o cuando así lo solicite un mínimo del 20% del total de miembros de pleno derecho. La convocatoria de estas sesiones se realizará con una antelación mínima de 48 horas y contendrá el orden del día de la reunión. Por razones de urgencia, el/la Presidente/a, previo acuerdo de la Comisión, podrá convocar verbalmente nueva reunión de la misma durante la celebración de una sesión, enviándole notificación urgente a los miembros no presentes.

- Adopción de acuerdos

- Las decisiones se tomarán por acuerdo cualificado (2/3 de los votos) de los miembros de la Comisión por asentimiento o por votación pública a mano alzada, a propuesta de su Presidente/a. En todo caso, la propuesta de modificación del Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Calidad requerirá su aprobación por mayoría absoluta. En caso de empate, el Presidente/a dispondrá de voto de calidad

- Excepcionalmente, los acuerdos podrán adoptarse por votación secreta a petición de alguno de sus miembros. Siempre será secreta la votación referida a personas. Realizada una propuesta por el Presidente/a, se considerará aprobada por asentimiento si ningún miembro solicita la votación ni presenta objeción u oposición a la misma.

- Una vez anunciado el comienzo de una votación por el Presidente/a, ningún miembro podrá interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando.

- Efectos de los acuerdos

- Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad tendrán los efectos que les sean propios en función de su contenido y de lo establecido en la normativa vigente.

Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad se comunicarán a los interesados, en su caso, para realizar los cambios y mejoras oportunas. Se informará en las siguientes reuniones sobre su nivel de

avance o de cumplimiento. Se elevarán a la Junta de Facultad, para su ratificación, los acuerdos que 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 lo que no hay una relación directa entre ambas. Ahora bien, en algunos casos, la Comisión de Calidad analiza las mejoras en la normativa de trabajo fin de grado o fin de máster o bien elabora directrices y protocolos que afectan al funcionamiento de los títulos, por lo que, una vez dictada y aprobada la normativa, su puesta en marcha y organización es función de la Comisión de Coordinación Académica.

Durante el curso 2024-2025, las reuniones de las diferentes comisiones, tanto ordinarias como extraordinarias, han resultado útiles para el correcto desarrollo de los diferentes títulos de la Facultad y en particular del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras. Las sesiones han permitido solventar las problemáticas surgidas durante el curso. La toma de decisiones ha sido, en la mayoría de las ocasiones, consensuada por la práctica totalidad de los miembros de la comisión. Además, se ha recibido información de primera mano de las novedades en materia de calidad provenientes del Rectorado de la UCM y que pudieran tener repercusión sobre los títulos impartidos en el centro.

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

En la Tabla 1 se recogen los principales temas tratados y las decisiones tomadas en la comisión de calidad que ataúnen al Máster.

TABLA 1. RESUMEN DE REUNIONES DE LA COMISIÓN DE CALIDAD (CURSO 2024/2025)

| <b>Acta</b> | <b>Fecha</b> | <b>Temas tratados</b>  | <b>Problemas analizados</b>   | <b>Acciones de mejora, acuerdos adoptados</b>   |
|-------------|--------------|--|---|---|
| 1           | 8/10/24      | Informe: Estado de modificación no sustancial de títulos               | El Master ha quedado adscrito al ámbito de conocimiento “Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo”, según el Real Decreto 822/2021, tras la aprobación de la Fundación Madri+d. | La información ya se está incorporando al RUCT.   |
|             |              | Informes definitivos de renovación de acreditación                     | Nada referente al Máster.   |   |
|             |              | Memorias anuales de seguimiento de títulos de grado y máster oficiales | Se revisan las debilidades y fortalezas del Máster. Se debaten las acciones de mejora.  | Se aprueba la memoria de seguimiento.   |
| 2           | 18/2/25      | Revisión y aprobación de modificaciones en el SIGC                     | Revisión del documento de SIGC: se sustituye “reclamaciones” por “sugerencias y quejas”;  | Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras como miembro con voz y voto en la Comisión, y se especifica que el procedimiento de quejas y sugerencias de estudiantes lo gestiona el Vicedecanato de Estudiantes. |
| 3           | 22/7/25      | Informe: acuerdos Junta de Facultad                                    | Se ha aprobado el Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Comercio y Turismo, antes de su entrada en vigor tiene que ser revisado y aprobado en Consejo de Gobierno   |   |
|             |              | Informe: próximas modificaciones de memorias de título                 | 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.   | Se acuerda la adaptación memorias y revisión del protocolo TFM Business Game  |
|             |              | Informe: actualización SIGC  | Se informa que el documento actualizado del SIGC  | Publicación en la web del centro.   |
|             |              | Sistema de recogida de información para la realización de actividades  | Se aprueba un Sistema de recogida de información para actividades de docencia, formación, investigación y extensión universitaria, con el fin de evitar pérdida de datos, agilizar su recopilación y mejorar su visibilidad                     | La recogida de información se realizará mediante formulario habilitado en web.  |

| FORTALEZAS  | DEBILIDADES |
|---|-------------|
| F1.1. Compromiso de todos los implicados<br>F1.2. SGIC consolidado y eficiente en el control y detección de mejoras |             |

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

Los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria presentada para verificación están plenamente instaurados y funcionan a un nivel satisfactorio. La persona responsable de garantizar la calidad interna de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo es la Decana de la Facultad o la persona a quien delegue. El primer nivel del SGIC corresponde a la Comisión de Calidad del Centro. Este órgano es responsable de garantizar la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Comercio y Turismo y actúa como Comisión Delegada de la Junta de Centro. Está presidida por la Vicedecana de Estudios y Calidad. La relación nominal de la composición de la Comisión de Calidad se encuentra publicada en la web de la Facultad: [<https://comercioyturismo.ucm.es/file/relacion-nominal-de-los-responsables-del-sgic>]. Toda la información sobre su funcionamiento está disponible en: [<https://comercioyturismo.ucm.es/file/breve-descripcion-de-la-organizacion-y-funciones-del-sgic>]. En el segundo nivel del SGIC, los dos elementos fundamentales del sistema de coordinación implementados en el título son el Coordinador/a del Máster y el Claustro-Comisión de Coordinación del Máster. El coordinador/a es responsable del seguimiento académico de la titulación. En particular, garantiza que se ejecuten todas las acciones 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, el coordinador/a lleva a cabo las tareas de gestión académica interna del Máster y las tareas externas necesarias para la correcta coordinación de las titulaciones dentro de la Facultad de Comercio y Turismo y de la UCM en general. En lo referente al Trabajo de Fin de Máster, el coordinador/a asegura que se cumplan todos los aspectos relacionados con este trabajo según lo establecido.

El Claustro-Comisión de Coordinación del Máster, que se reúne al menos tres veces al año, es responsable de la coordinación y coherencia académica, así como del funcionamiento interno del máster. Está presidido por el/la coordinador/a del título e integrado por los coordinadores de asignaturas. Sus principales funciones incluyen definir criterios de valoración para la admisión de estudiantes, establecer perfiles, coordinar al profesorado, revisar las guías docentes y promover el máster, además de informar periódicamente a la Junta de Facultad y a la Comisión de Calidad del centro sobre el desarrollo del máster.

Debido a las características del título y al reducido número de profesores que enseñan en él, se decidió incluir también a todos los profesores con docencia en el máster en la Comisión, sean o no coordinadores de la asignatura. Esta decisión ha facilitado la comunicación y ha evitado la necesidad de convocar múltiples reuniones. Dada la naturaleza compacta del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras, esta estructura ha demostrado ser eficaz.

A lo largo del curso 2024-2025, se han celebrado tres reuniones ordinarias del Claustro y de la Comisión de Coordinación Académica del título, detallándose sus fechas y contenidos en la tabla 2.

TABLA 2. RESUMEN DE REUNIONES DEL CLAUSTRO/COMISIÓN ACADÉMICA (CURSO 2023/2024)

| Fecha   | Temas tratados   | Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados   |
|---------|--|--|
| 6/11/24 | Matrícula  | 34 matriculados; 9 anulaciones. Problema: Descenso en la matrícula respecto a otros años   |
|         | Actividades Extraordinarias                                  | Se acordó mantener actividades con antiguos alumnos y empresas por su valor añadido al máster.   |
|         | Memoria 2023/24  | Fortalezas: profesorado y empleabilidad. Debilidades: baja participación en encuestas y falta de enfoque práctico. Se acordó reforzar ambos aspectos.  |
|         | Semana de Formación extraordinaria                           | Se programó formación en Revenue Management y Marketing Digital (20-24 enero) y se acordó fomentar estas actividades.  |
|         | Memoria del Curso 2023-24                                    | Mejorar la participación de los estudiantes en las encuestas de calidad.<br>Reforzar el enfoque práctico de las asignaturas<br>Fortalezas destacadas: Calidad del profesorado y alto grado de empleabilidad de los egresados.                  |
|         | Seguimiento del título del máster por la Fundación Madrimasd | Cumplimiento parcial en la estructura de la web (se solucionó un enlace faltante). Cumple en los demás aspectos.   |
|         | Capacidad académica de los estudiantes                       | Revisar la homologación de créditos para estudiantes internacionales en futuros procesos de admisión."   |
| 7/3/24  | Integración grupal   | Se detecta división en el grupo; se acuerda fomentar el espíritu de equipo en las asignaturas.   |
|         | Informe de Coordinación                                      | Visitas y actividades bien valoradas; reducción de presupuesto (1.600 €). Mejora en prácticas con apoyo de Meliá. Se pedirá presupuesto a la Facultad.   |
| 6/9/25  | Cambio de normativa del TFM y procedimiento para el Máster   | Se acuerda un procedimiento para el TFM BG, garantizando evaluación individual y adaptación a la nueva normativa.  |
|         | Informe de Coordinación                                      | Se comentan los cambios en el Profesorado del título   |
|         | Resultado del proceso de admisión                            | Se informa de que hay 32 estudiantes matriculados y que se abre el periodo extraordinario. Se comenta la necesidad de una mayor atención a los estudiantes que proceden de titulaciones con escaso contenido en finanzas y Gestión de empresa. |
|         | Protocolo Convoicatoria extraordinaria TFM Business Game     | Se discuten una serie de puntos problemáticos en cuanto a los documentos y evaluación de los estudiantes en convocatoria extraordinaria. Se acuerda establecer un protocolo.   |

Tanto en las reuniones de la Comisión de Calidad como del Claustro-Comisión de Coordinación del Máster se tratan, entre otros, los asuntos relacionados con las modificaciones necesarias, recomendaciones y observaciones establecidas en los informes de acreditación y seguimiento externos e internos.

La justificación del informe para la valoración (B: el estándar del criterio se cumple completamente) en relación con el criterio abordado en este apartado (Sistema de Garantía Interno de Calidad - SGIC) afirma, en síntesis:

- El SGIC de la UCM está bien diseñado, con un organigrama que incluye a todos los grupos de interés y órganos responsables de supervisar el diseño, seguimiento y mejora del programa, como las Comisiones de Garantía y de Calidad del Centro.
- El SGIC garantiza la recolección de información para evaluar y mejorar la enseñanza-aprendizaje mediante indicadores de satisfacción de estudiantes, egresados, personal y tutores. También cuenta con un sistema de reclamaciones, quejas y sugerencias, publicado y funcional.

| FORTALEZAS   | DEBILIDADES |
|--|-------------|
| F2.1. Compromiso de todos los implicados en la coordinación del título.<br>F2.2. Adecuación e integración de los mecanismos de coordinación.<br>F2.3. Comunicación fluida con el claustro.<br>F2.4. Comunicación fluida con los representantes de los estudiantes. |             |

### 3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

Según los datos procedentes del indicador ICMRA-1c: Estructura del Personal Académico del Título, con fecha de actualización del 01/11/2024, correspondientes al Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras (062U) de la Facultad de Comercio y Turismo, el 68,4 % del personal académico cuenta con el grado de doctor (13 doctores de un total de 19 profesores). Este resultado supera el requisito mínimo del 50 % establecido en la memoria Verifica, asegurando que una mayoría significativa del profesorado tiene el nivel académico de doctorado, lo que refuerza la calidad del programa formativo. Además, se acumulan 16 sexenios de investigación entre Contratados Doctores y Titulares de Universidad, lo que fortalece la calidad académica e investigadora del cuerpo docente. Aunque los Asociados y Asociados Interinos no tienen sexenios, su papel principal es docente y de acercamiento a la empresa, mientras que los doctores aportan un equilibrio entre enseñanza e investigación (ver tabla 3). En comparación con 2023/2024, se mantiene estable el porcentaje de doctores (68,4 %), pero se aprecia una mejora en la capacidad investigadora al aumentar los sexenios de 13 a 16, lo que refuerza la calidad académica del máster.

TABLA 3. ICMRA-1C: ESTRUCTURA DEL PERSONAL ACADÉMICO DEL TÍTULO

| Categoría                            | Personas | % de Personas | Créditos Impartidos | % de Créditos Impartidos | Sexenios |
|--------------------------------------|----------|---------------|---------------------|--------------------------|----------|
| Asociado                             | 5        | 0,263         | 22,4                | 0,328                    | 0        |
| Asociado Interino                    | 1        | 0,053         | 2,25                | 0,033                    | 0        |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 2        | 0,105         | 9,9                 | 0,145                    | 0        |
| Contratado Doctor                    | 4        | 0,211         | 11,25               | 0,165                    | 4        |
| Titular de Universidad               | 7        | 0,368         | 22,4                | 0,328                    | 12       |

Datos extraídos el 18/09/2025

En el ámbito de los **proyectos de innovación docente**, en la convocatoria 2024/2025, docentes de la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM han impulsado varias iniciativas centradas en mejorar la calidad educativa

y abordar temáticas actuales. Entre ellas destacan proyectos como "Accesibilidad como materia transversal en los Grados y Másteres en Turismo y Comercio: un análisis prospectivo", orientado a integrar criterios de accesibilidad en los programas formativos; el cortometraje documental "Echoes of Emotion", que explora narrativas afectivas entre los estudiantes universitarios a través del cine, la voz y el sonido; o el "Libro Blanco para una tutorización colaborativa de TFGs y TFM", diseñado para fortalecer el acompañamiento académico mediante la cooperación entre profesores y estudiantes. También se desarrolla el proyecto "Implementación de un sistema CRM para el seguimiento de la empleabilidad de los egresados de los Grados, Dobles Grados y Másteres oficiales de la Facultad de Comercio y Turismo". **En este contexto, resulta especialmente relevante el proyecto "Análisis y potenciación del liderazgo femenino en estudiantes de turismo", dirigido por la coordinadora del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras y en el que participan varias profesoras vinculadas con el título.** Este proyecto busca fomentar la equidad, la inclusión y el desarrollo de competencias directivas entre las estudiantes, contribuyendo de manera directa a reforzar la calidad, la coherencia y la proyección profesional del máster. **Durante el curso 2024/2025, la Facultad de Comercio y Turismo ha impulsado diversas actividades orientadas al profesorado**, con el objetivo de fortalecer la formación académica, la **actualización metodológica y la creación de redes de colaboración**. Entre ellas destacan la celebración de congresos de gran relevancia, como el XXIII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), con una amplia participación de docentes del máster, y el congreso internacional ISECT en El Cairo, que permitió proyectar la investigación de la Facultad en un contexto internacional. Asimismo, se organizaron jornadas y cursos dirigidos a la mejora docente, **como las I Jornadas de Buenas Prácticas Docentes**, concebidas para compartir experiencias innovadoras y favorecer el desarrollo profesional del profesorado, o el seminario "*Neurociencia y Tecnología para la Innovación Docente*", centrado en dotar al profesorado de herramientas prácticas basadas en la neurociencia y el uso de tecnologías digitales. Estas iniciativas, junto con la participación en proyectos de innovación docente, consolidan el **compromiso de la Facultad de Comercio y Turismo y, en concreto, del profesorado del máster, con la excelencia académica y con la actualización permanente de sus docentes**.

Finalmente, al evaluar los indicadores relacionados con el programa Docentia-UCM (tabla 4) de los profesores del Máster, se subraya la importancia de este programa en la calidad y evaluación docente. Docentia-UCM evalúa la actividad docente individual de cada profesor a través de un modelo integrado que contempla cuatro dimensiones fundamentales: planificación y organización, desarrollo, resultados y procesos de reflexión y mejora. Estas dimensiones buscan no solo evaluar la actividad docente actual, sino también promover la continua actualización y excelencia en la enseñanza.

En la convocatoria anterior, correspondiente al curso 2023/2024, también se desarrollaron proyectos de innovación docente relevantes, entre los que destacan el "Campus Rural", orientado a prácticas vinculadas con los ODS y la Agenda 2030, el proyecto "Big Data en educación", centrado en el impacto de la tecnología y la alfabetización digital, así como iniciativas sobre atención emocional y la integración transversal de sostenibilidad, accesibilidad e inclusión en los programas de turismo, lideradas por profesoras del máster. Asimismo, se impulsó un proyecto de seguimiento de la empleabilidad mediante técnicas de CRM. A ello se sumó el Plan de Formación Integral del PDI, complementado con seminarios especializados en análisis cualitativo, recursos digitales, accesibilidad e inteligencia turística, estadística aplicada, learning analytics y explotación de corpus. La media de asistencia, con 19 participantes por sesión, refleja la buena acogida del profesorado a estas actividades formativas.

En el ámbito del programa Docentia-UCM, los últimos datos disponibles corresponden al curso académico 2023-2024. En dicho ejercicio, el Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras presentó una tasa de

participación en el Programa de Evaluación Docente (IUCM-6A) del 83,3%, lo que refleja que una proporción significativa del profesorado eligió formar parte del programa con la asignatura que imparte en el máster. En cuanto a la tasa de evaluaciones (IUCM-7A), el 75% de los profesores que eran elegibles para ser evaluados completaron efectivamente el proceso, lo que supone una alta participación, aunque con cierto margen de mejora. Finalmente, la tasa de evaluaciones positivas (IUCM-8A) alcanzó el 100%, lo que refuerza la elevada calidad docente del máster. Estos resultados reflejan el compromiso del profesorado con la evaluación de su desempeño, así como la solidez de los procesos de calidad académica implementados en el título.

TABLA 4. EVALUACIÓN PROGRAMA DOCENTIA

|  | 1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación 2021/2022 | 2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación 2022/2023 | 3º curso de seguimiento 2º curso de acreditación 2023/2024 | 4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación 2024/2025 |
|--|--|--|--|--|
| IUCM-6<br>Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente | 56%  | 100%   | 83,3%  | Nd.  |
| IUCM-7<br>Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente  | 75%  | 100%   | 75%  | Nd.  |
| IUCM-8<br>Tasa de evaluaciones positivas del profesorado             | 100%   | 100%   | 100%   | Nd.  |

| FORTALEZAS  | DEBILIDADES |
|---|-------------|
| F3.1. Calidad y especialización del profesorado.<br>F3.2. Equilibrio entre la especialización académica-investigadora y profesional.<br>F3.3. Implicación del claustro en proyectos de innovación.<br>F3.4. Incremento en la capacidad investigadora del profesorado.<br>F3.5. Positividad en el 100% de las evaluaciones docentes. |             |

#### 4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

El sistema de quejas y reclamaciones no ha variado respecto a cursos anteriores, pudiéndose tramitar sugerencias, quejas y reclamaciones por las siguientes vías:

- Incidencias formalizadas: (1) Instancia presentada en la secretaría de alumnos o de manera telemática. (2) A través de un formulario electrónico ubicado en la página web del máster y del centro: <https://comercioyturismo.ucm.es/sugerencia-y-quejas>.
- Otras vías: (1) Sugerencias, quejas y reclamaciones presentadas verbalmente o por correo electrónico al Equipo Decanal. (2) Sugerencias, quejas y reclamaciones presentadas verbalmente o por correo electrónico al/la coordinador/a del máster.

Según información disponible en el Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria de la Facultad de Comercio y Turismo, durante el curso 2024/2025 no se han recibido quejas ni sugerencias formales referentes al Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras. De igual modo, en el curso 2023/2024 tampoco se registraron quejas ni sugerencias relacionadas con el título.

A lo largo de los cursos 2023/2024 y 2024/2025, a través de las encuestas de satisfacción internas del máster, los estudiantes han coincidido en destacar la excelente relación con la coordinación y el profesorado, valorando especialmente la cercanía, la comunicación fluida y la disposición para resolver incidencias de forma inmediata. Este enfoque colaborativo ha sido clave para evitar la presentación de quejas formales. Y ha generado un clima de confianza y respaldo. También se repite la valoración positiva de las actividades extraordinarias, del Trabajo Fin de Máster y de las prácticas externas, considerados como pilares formativos

que fortalecen la preparación profesional y la empleabilidad. En el curso 2024/2025, además, se han incorporado nuevas sugerencias orientadas a reforzar la actualización y utilidad práctica del programa. Entre ellas, los estudiantes señalan la conveniencia de dar mayor protagonismo a las prácticas externas, incorporar asignaturas específicas como Revenue Management, profundizar en materias como marketing, gestión comercial u organización y eventos, e integrar de forma más amplia el uso de tecnologías y herramientas digitales que mantengan el máster alineado con las necesidades actuales del sector.

| FORTALEZAS   | DEBILIDADES   |
|--|---|
| F4.1. Posibilidad de presentación de quejas y sugerencias por diferentes vías (presencial y telemática)<br>F4.2. Cercanía del Coordinador/a para solucionar los problemas<br>F4.3. Funcionamiento efectivo del sistema de quejas y sugerencias | D4.1. Necesidad de adaptar contenidos: Revenue Management |

## 5. INDICADORES DE RESULTADO

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

En el análisis comparativo entre los datos actuales del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras para el curso 2024/2025 y los resultados obtenidos en el curso 2023/2024, se observa una ligera reducción en la tasa de cobertura, que pasa del 90 % en 2023/2024 al 82,5 % en 2024/2025. Este descenso refleja un ajuste en la matrícula de nuevo ingreso (de 36 a 33 estudiantes), aunque el programa mantiene una demanda sólida en términos absolutos. En cuanto al rendimiento académico, la tasa de rendimiento desciende del 97,81 % al 94,64 %, lo que indica una menor eficiencia en el aprovechamiento de los créditos matriculados respecto al curso anterior, si bien todavía se trata de una cifra elevada. La tasa de eficiencia de los egresados se mantiene en valores similares con un ligero aumento, pasando del 97,58 % al 98,43 %, lo que confirma la capacidad del máster para garantizar la culminación de los estudios con éxito. Asimismo, la tasa de graduación experimenta una mejora, pasando del 96,43 % al 96,97 %, lo que consolida la progresión académica de los estudiantes. Respecto a los indicadores de éxito académico, la tasa de éxito se reduce del 99,44 % en 2023/2024 al 98,04 % en 2024/2025, mostrando un levísimo retroceso, aunque se mantiene en niveles muy altos. Por otro lado, la tasa de demanda del máster, aunque continúa siendo elevada, desciende del 395 % al 317,50 %, lo que refleja una menor presión en la demanda, pero sigue evidenciando el prestigio del programa. Finalmente, la tasa de evaluación del título baja del 98,35 % al 93,53 %, lo que supone un menor grado de presentación a las evaluaciones por parte del alumnado, aunque sin comprometer la solidez global del rendimiento. En conclusión, aunque los resultados del curso 2024/2025 muestran ciertos descensos en los indicadores de rendimiento y demanda respecto a 2023/2024, **el programa mantiene en conjunto niveles de éxito, eficiencia y graduación muy elevados, confirmando su solidez académica y su capacidad de garantizar la formación y empleabilidad de los estudiantes.**

## INDICADORES DE RESULTADOS

TABLA 5. INDICADORES DE RESULTADOS

| *ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid<br>*IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid | Curso autoinforme<br>acreditación<br>2021/2022 | 1º curso de<br>acreditación<br>2022/2023 | 2º curso de<br>acreditación<br>2023/2024 | 3º curso de<br>acreditación<br>2024/2025 |
|---|--|--|--|--|
| ICM-1<br>Plazas de nuevo ingreso ofertadas  | 40   | 40                                       | 40                                       | 40                                       |
| ICM-2<br>Matrícula de nuevo ingreso   | 37   | 35                                       | 36                                       | 33                                       |
| ICM-3<br>Porcentaje de cobertura  | 92,50%   | 87,50%                                   | 90%                                      | 82,50%                                   |

CURSO 2024-25

|  |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|
| ICM-4<br>Tasa de rendimiento del título      | 98,09%                                  | 98,60%                                  | 97,81%                                  | 94,64%                                  |
| ICM-5<br>Tasa de abandono-del título         | Cohorte de entrada<br>2020-21<br>4,35%  | Cohorte de entrada<br>2021-22<br>2,70%  | Cohorte de entrada<br>2022-23<br>2,86%  | Cohorte de entrada<br>2023-24<br>2,78%  |
| ICM-7<br>Tasa de eficiencia de los egresados | 98,04%                                  | 100%                                    | 97,58%                                  | 98,43%                                  |
| ICM-8<br>Tasa de graduación                  | Cohorte de entrada<br>2020-21<br>94,44% | Cohorte de entrada<br>2021-22<br>97,30% | Cohorte de entrada<br>2022-23<br>96,43% | Cohorte de entrada<br>2023-24<br>96,97% |
| IUCM-1<br>Tasa de éxito                      | 99,65%                                  | 98,60%                                  | 99,44%                                  | 98,04%                                  |
| IUCM-5<br>Tasa de demanda del máster         | 345,00%                                 | 392,50%                                 | 395%                                    | 317,50%                                 |
| IUCM-16<br>Tasa de evaluación del título     | 98,43%                                  | 100%                                    | 98,35%                                  | 96,53%                                  |

Fuente: Sistema Integral de Datos Institucionales UCM. Datos extraídos 24 de septiembre de 2025

**TABLA 6. INDICADORES ICMRA-2**

| Asignatura  | Carácter          | Matriculados | 1 <sup>a</sup> matrícula | 2 <sup>a</sup> Matrícula | Apr. / Mat. | Apr. / Pres. | N.P. / Pre | Apr. 1 <sup>a</sup> Mat. | NP | SS | AP | NT | SB | MH |
|---|-------------------|--------------|--------------------------|--------------------------|-------------|--------------|------------|--------------------------|----|----|----|----|----|----|
| ALOJAMIENTOS ESPECIALES                               | OBLIGATORIA       | 33           | 33                       | 0                        | 96,97%      | 100,00%      | 3,03%      | 96,97%                   | 1  | 0  | 9  | 19 | 4  | 0  |
| CONTABILIDAD PARA LA GESTIÓN HOTELERA                 | OBLIGATORIA       | 32           | 32                       | 0                        | 96,88%      | 100,00%      | 3,13%      | 96,88%                   | 1  | 0  | 14 | 15 | 2  | 0  |
| CREACIÓN EMPRESAS HOTELERAS                           | OBLIGATORIA       | 32           | 32                       | 0                        | 96,88%      | 100,00%      | 3,13%      | 96,88%                   | 1  | 0  | 5  | 19 | 7  | 0  |
| DERECHO DEL CONSUMO                                   | OBLIGATORIA       | 33           | 33                       | 0                        | 96,97%      | 100,00%      | 3,03%      | 96,97%                   | 1  | 0  | 8  | 17 | 7  | 0  |
| GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA HOTELERA              | OBLIGATORIA       | 35           | 34                       | 1                        | 91,43%      | 94,12%       | 2,86%      | 91,18%                   | 1  | 2  | 5  | 21 | 5  | 1  |
| ORGANIZACIÓN Y RR.HH EN ENTIDADES HOTELERAS           | OBLIGATORIA       | 33           | 33                       | 0                        | 96,97%      | 100,00%      | 3,03%      | 96,97%                   | 1  | 0  | 4  | 25 | 2  | 1  |
| PLAN DE MARKETING DE LA EMPRESA HOTELERA              | OBLIGATORIA       | 33           | 33                       | 0                        | 96,97%      | 100,00%      | 3,03%      | 96,97%                   | 1  | 0  | 4  | 13 | 14 | 1  |
| PLANIFICACIÓN ESTRÁTÉGICA HOTELERA                    | OBLIGATORIA       | 31           | 31                       | 0                        | 96,77%      | 100,00%      | 3,23%      | 96,77%                   | 1  | 0  | 14 | 13 | 2  | 1  |
| PRÁCTICAS EXTERNAS                                    | PRACTICAS EXTERNA | 32           | 32                       | 0                        | 90,63%      | 100,00%      | 9,38%      | 90,63%                   | 3  | 0  | 1  | 8  | 20 | 0  |
| PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN EL SECTOR HOTELERO | OBLIGATORIA       | 33           | 31                       | 2                        | 87,88%      | 90,63%       | 3,03%      | 87,10%                   | 1  | 3  | 15 | 13 | 0  | 1  |
| RÉGIMEN FISCAL EN EL SECTOR HOTELERO                  | OBLIGATORIA       | 31           | 31                       | 0                        | 83,87%      | 86,67%       | 3,23%      | 83,87%                   | 1  | 4  | 11 | 8  | 7  | 0  |
| RESTAURACIÓN Y EVENTOS                                | OBLIGATORIA       | 32           | 32                       | 0                        | 96,88%      | 100,00%      | 3,13%      | 96,88%                   | 1  | 0  | 0  | 5  | 25 | 1  |
| TRABAJO FIN DE MÁSTER                                 | PROYECTO FIN DE C | 25           | 23                       | 2                        | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%      | 100,00%                  | 0  | 0  | 6  | 11 | 7  | 1  |

Datos extraídos el 23/09/2025

Los datos del indicador ICMRA-2 correspondientes al curso académico 2024/2025 muestran, en general, un **rendimiento académico sobresaliente** en la mayoría de las asignaturas del máster, con tasas de aprobado (Apr./Mat. y Apr./Pres.) que se sitúan en valores muy elevados, aunque con algunos descensos puntuales respecto a 2023/2024. Entre las materias con mejores resultados destacan Alojamientos Especiales, Contabilidad para la Gestión Hotelera, Creación de Empresas Hoteleras, Derecho del Consumo, Organización y RR.HH. en Entidades Hoteleras, Plan de Marketing de la Empresa Hotelera, Planificación Estratégica Hotelera y Restauración y Eventos, todas ellas con tasas de aprobado cercanas o iguales al 100 % sobre los estudiantes presentados, lo que confirma un alto grado de éxito. En cambio, asignaturas como Prevención de Riesgos Laborales en el Sector Hotelero y, especialmente, Régimen Fiscal en el Sector Hotelero, presentan cifras más bajas (90,63 % y 86,67 % sobre presentados, respectivamente), lo que supone un descenso en comparación

con el curso anterior, donde los porcentajes eran superiores al 94 %. También en Prácticas Externas se observa un aprobado del 90,63 % sobre matriculados, que, aunque sigue siendo un resultado positivo, refleja un margen de mejora. **El Trabajo Fin de Máster (TFM) mantiene su condición de fortaleza del programa: en 2024/2025, se han matriculado 25 estudiantes, todos ellos presentados y aprobados, con una tasa de éxito del 100 %, consolidando así el valor de este proyecto como instrumento de integración y aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el máster.** En conclusión, aunque el curso 2024/2025 presenta un ligero descenso en el rendimiento de determinadas asignaturas respecto a 2023/2024, los resultados globales siguen siendo muy positivos, con un alto nivel de compromiso estudiantil y una excelente coherencia entre los objetivos formativos del programa y los logros académicos alcanzados.

| FORTALEZAS   | DEBILIDADES |
|--|-------------|
| F5.1.1. Resultados altamente positivos y con buena evolución en prácticamente todos los indicadores.<br>F5.1.2. Muy buenos resultados del TFM con la modalidad del simulador tanto en resultados como en aprendizaje |             |

**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).**

**IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título**

Los resultados de la encuesta de satisfacción de los estudiantes del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras (2024/2025) muestran una participación del 18,4 %, frente al 15,6 % del curso anterior, un dato aún mejorable para lograr una visión más representativa. **La satisfacción global alcanza una media de 7,7** (7,3 en 2023/2024), con mediana de 8, moda de 9 y desviación típica de 1,8 (2,1 en el curso previo), lo que indica un mayor consenso en las valoraciones. En el ámbito del desarrollo académico, los estudiantes valoran especialmente la **integración teoría-práctica (8,6)**, el número de alumnos por aula (8,4) y la relación calidad-precio (8,1). En cuanto a las asignaturas, destacan los objetivos propuestos y alcanzados (7,9), mientras que el ítem peor valorado es la gestión del centro (5,4).

**Las prácticas externas se confirman como la dimensión mejor valorada del máster, con 9,8** en satisfacción global y 9,5 en su valoración formativa, cifras muy superiores a las del curso anterior (8,5 y 8,8). También sobresalen la atención de los tutores (8,3), las competencias de la titulación (8,1), el orgullo de ser estudiante UCM (8,6) y las actividades complementarias (8,2), mientras que la atención al estudiante (6,6) aparece como un aspecto a reforzar. No obstante, los resultados también ponen de manifiesto **áreas susceptibles de mejora**. La **gestión del centro**, en especial en lo referente a la organización de las **prácticas externas**, recibe una valoración baja (5,4), lo que sugiere la necesidad de reforzar este aspecto clave en la experiencia formativa. Asimismo, la **atención al estudiante (6,6)** aparece como un ítem menos valorado, aunque este resultado contrasta con la alta satisfacción hacia la **coordinación (4,33/5 en la encuesta interna)**, lo que indica posibles problemas de interpretación de la pregunta más que una carencia real. También se señalan como mejorables la **adecuación y actualización de los contenidos de las asignaturas (3,67/5 en la encuesta interna)** y las **instalaciones (3,5/5)**. Finalmente, el ítem relativo al **acceso a la investigación (6,7)** presenta una puntuación baja, pero debe contextualizarse en que este máster **no tiene orientación investigadora**, ya que está diseñado con un perfil claramente profesional.

En fidelización, los resultados son muy elevados: 9,7 en repetir estudios superiores, 9,3 en repetir la titulación y 8,6 en satisfacción con el proceso de matriculación.

La encuesta interna de satisfacción confirma estas tendencias, con valoraciones muy positivas del profesorado (4,17/5), de la coordinación (4,33/5), de las prácticas externas (4,17/5), del TFM (4,0/5) y, especialmente, de las actividades extraordinarias (4,5/5) y de la facilitación de oportunidades laborales (4,5/5). El orgullo de pertenencia a la UCM (4,67/5) alcanza su punto más alto, mientras que los aspectos menos valorados vuelven a ser la adecuación del contenido de las asignaturas (3,67/5) y las instalaciones (3,5/5), en línea con lo señalado en 2023/2024.

En conclusión, la **evolución entre ambos cursos refleja una tendencia positiva y consolidada en los principales indicadores de satisfacción**, con avances significativos en la utilidad percibida de las prácticas externas, la integración teoría-práctica, las actividades extraordinarias y el orgullo institucional. **No obstante, los resultados también ponen de manifiesto algunas áreas susceptibles de mejora**, como la gestión del centro en lo relativo a las prácticas externas, la atención al estudiante, la actualización de los contenidos y las instalaciones. Asimismo, la menor valoración del acceso a la investigación debe interpretarse en el marco de que este máster no tiene orientación investigadora, sino un perfil claramente profesional.

#### **IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título**

**Los resultados de la encuesta de satisfacción del PDI en el curso 2024/2025 mantienen un nivel muy alto de valoración global, con una media de 9,3**, mediana de 9 y una desviación típica de 0,8, frente a la media de 9,5 del curso 2023/2024. Esta ligera variación confirma la estabilidad en la percepción del profesorado, con un elevado consenso en las respuestas en ambos cursos.

En cuanto a los aspectos de la titulación, se mantienen como **puntos fuertes la integración teoría-práctica (9,9 en 2024/25 frente a 9,9 en 2023/24) y la coordinación del máster (9,7 en ambos cursos)**, lo que reafirma la solidez de la gestión académica y la coherencia entre docencia y práctica. También, las prácticas externas mantienen una puntuación de 9,7, consolidándose como una de las dimensiones mejor valoradas. Otros ítems, como la claridad de objetivos, cumplimiento del programa y formación académica, se mantienen estables en torno a 9,3-9,4 en los dos cursos. La orientación internacional, en cambio, es el aspecto con menor puntuación (8,7), lo que reproduce la misma tendencia ya observada en 2023/24.

En el bloque de recursos, los resultados son muy similares: el campus virtual destaca con un 9,6 en 2024/25 (frente a 9,5 en 2023/24), mientras que los recursos administrativos reciben un 8,6, cifra inferior a la media global, confirmando su posición como el punto más débil del apartado, tal como ya sucedía en el curso anterior.

Respecto a la satisfacción con los estudiantes, las puntuaciones en 2024/25 oscilan entre 8,4 y 8,0 en la mayoría de ítems, con el compromiso del alumnado en 8,1. El indicador menos valorado vuelve a ser el aprovechamiento de las tutorías (5,9), que ya se situaba en niveles bajos en 2023/24, confirmándose como un área de mejora recurrente. Este resultado puede estar relacionado con la percepción de la atención al estudiante en la encuesta de satisfacción de los alumnos, que también aparecía como un ítem menos valorado, lo que apunta a una coincidencia en la percepción de ambas partes y a que quizás los estudiantes no terminan de comprender la importancia que tiene el aprovechamiento de las tutorías para su propio desempeño académico.

**En el bloque de gestión de la titulación, los resultados se mantienen sobresalientes: información ofrecida, organización de horarios y procedimientos administrativos alcanzan un 9,7 en 2024/25**, valores idénticos a los del curso anterior, lo que muestra la continuidad en la buena percepción de este ámbito.

Finalmente, en los indicadores de satisfacción y compromiso, los resultados siguen siendo muy elevados. La satisfacción con la actividad docente obtiene un 9,4 (ligeramente inferior al 9,5 de 2023/24), y la disposición a recomendar la titulación alcanza el 9,6, confirmando el alto grado de compromiso del profesorado. Como en el curso previo, las puntuaciones más bajas corresponden al orgullo de pertenencia a la UCM (8,0) y a la satisfacción global con la universidad (7,3), que se sitúan por debajo de las valoraciones específicas del máster. En síntesis, la comparación entre ambos cursos muestra una **estabilidad en las valoraciones del profesorado**, con la consolidación de la integración teoría-práctica, la coordinación del máster y las prácticas externas como fortalezas, y la reiteración de áreas de mejora en la orientación internacional, los recursos administrativos y, especialmente, el **aprovechamiento de las tutorías**, en sintonía con la valoración de la atención al estudiante reflejada en la encuesta de satisfacción de los alumnos.

#### **IUCM-15 Satisfacción Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios (PTGAS)**

En el curso 2024/2025, la encuesta de satisfacción del PTGAS de la Facultad de Comercio y Turismo refleja una participación del 15,6 %, ligeramente superior a la del curso anterior. El nivel de satisfacción presenta una media de 7,0, con una mediana y moda de 9, aunque con una desviación típica elevada, lo que indica la existencia de dispersión en las percepciones. Entre los aspectos mejor valorados destaca las **relaciones entre**

**compañeros, la organización de las tareas en la unidad y la adecuación de los recursos materiales y la seguridad**, todos ellos con puntuaciones muy altas. **La relación con el alumnado alcanza un 7,8**, lo que supone un resultado positivo que muestra una clara mejora respecto a ejercicios anteriores. Sin embargo, los ítems con menor puntuación son la comunicación con los responsables académicos, la información sobre las titulaciones y el plan de formación, que se consolidan como las principales áreas de mejora.

En comparación, en el curso 2023/2024, la participación fue del 14,3 % y la satisfacción también alcanzó una media de 7,0, aunque entonces el aspecto más débil era la comunicación con el alumnado (4,5), seguido del plan de formación del PAS (5,2). En ese curso también se destacan como fortalezas las relaciones entre compañeros (10,0) y los recursos materiales y la seguridad (9,0), así como unos buenos niveles de compromiso institucional, con un sentido de pertenencia de 8,7 y una disposición a recomendar la UCM de 8,0.

### Satisfacción de los Agentes Externos

En 2024/25, la encuesta de satisfacción a los Agentes Externos miembros de la Comisión de Calidad recaba su opinión (escala 0–10) sobre cuatro aspectos: metodología de trabajo de la Comisión (9/10), participación en la toma de decisiones (8/10), desarrollo y evolución de los títulos (9/10) y satisfacción global (8/10). En las observaciones se señala que «la Comisión desarrolla una labor muy importante» y el agente externo manifiesta su deseo de «participar de una manera más activa». Estos resultados evidencian una valoración positiva del funcionamiento de la Comisión de Calidad y ponen de relieve la conveniencia de reforzar los cauces de participación externa para aprovechar al máximo la aportación de los profesionales del sector.

En conjunto, los resultados correspondientes al curso 2024/2025 reflejan una evolución favorable en la relación con los estudiantes, que en el ejercicio anterior se identificaba como una debilidad y en la actualidad se ha consolidado como una fortaleza. No obstante, el análisis también pone de manifiesto nuevas áreas de atención vinculadas a la comunicación con los responsables académicos y a la transmisión de información sobre las titulaciones, que deben ser consideradas como prioridades de mejora en el próximo período.

|   | 1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación | 2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación | 3º curso de seguimiento o 2º curso de acreditación | 4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación |
|---|--|--|--|--|
| IUCM-13<br>Satisfacción de alumnos con el título      | 4,7  | 7,9  | 7,3  | 7,7  |
| IUCM-14<br>Satisfacción del profesorado con el título | 8,5  | 9,8  | 9,5  | 9,3  |
| IUCM-15<br>Satisfacción del PTGAS del Centro          | 6,3  | 8,8  | 7  | 7  |

| FORTALEZAS   | DEBILIDADES  |
|--|--|
| <p>F5.2.1. Excelentes resultados de satisfacción de profesores tanto en los aspectos relacionados con el título, la gestión de este, los estudiantes, los recursos y compromiso.</p> <p>F5.2.2. Buenos resultados en la satisfacción de los estudiantes.</p> <p>F5.2.3. Buenos resultados de satisfacción del PTGAS.</p> <p>F5.2.5. Las prácticas externas obtienen unos buenos resultados.</p> <p>F5.2.6. Las aulas y su adecuación al número de alumnos resultan bien valoradas tanto por los estudiantes como por el PDI.</p> <p>F5.2.7. Excelente relación del PTGAS con el alumnado</p> <p>F5.2.7. Estudiantes, Profesorado y PTGAS comprometidos con la UCM.</p> <p>F5.2.8. Comunicación del PTGAS con los estudiantes</p> | <p>D5.2.1. Participación en las encuestas de estudiantes mejorable.</p> <p>D5.2.2. La participación del PTGAS en las encuestas es mejorable.</p> |

### **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 ha establecido un procedimiento para recabar información sobre los egresados y su inserción laboral. Este procedimiento se fundamenta en una encuesta de satisfacción dirigida a los egresados sobre su titulación, que se envía un año después de finalizar sus estudios, mientras que la encuesta de inserción laboral se realiza dos años después de la finalización de los estudios. El período de trabajo de campo para estas encuestas se efectúa entre mayo y junio.

En relación con la metodología, consiste en encuestas online que se apoyan en un sistema CAWI propio del Vicerrectorado de Calidad. El proceso incluye el envío de correos electrónicos de invitación con un enlace de acceso individualizado para el encuestado, seguido de un correo recordatorio a aquellos egresados que no han contestado el cuestionario hasta la fecha de dicho recordatorio.

Para aumentar la participación general en las encuestas de satisfacción, desde el Vicerrectorado se implementaron acciones para lograr aumentar los resultados obtenidos, como han sido las encuestas telefónicas y se han otorgado incentivos, como sorteos de artículos. con el propósito de lograr una mayor participación, tras llevar a cabo las encuestas online de inserción laboral, se complementa el trabajo de campo con encuestas telefónicas realizadas por tres encuestadores del Vicerrectorado de Calidad. El cuestionario utilizado es idéntico tanto en la modalidad online como en la telefónica.

Los resultados de las encuestas llevadas a cabo por la UCM y los informes correspondientes están 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>].

**En lo relativo a la inserción laboral (IUCM-30), los resultados de 2024/2025 refuerzan la senda ya observada en 2023/2024, confirmando la excelente empleabilidad de los titulados.** Mientras que en 2023/2024 la tasa de inserción fue del 100% con una participación del 25,7% de la población total encuestada, en 2024/2025 se mantiene dicho 100% de inserción, con un 11,1% de participación en la encuesta oficial del Vicerrectorado. En este curso, todos los egresados encontraron empleo en los tres primeros meses tras finalizar el máster, el 66,7% con contrato indefinido y el resto con contratos a jornada completa. La situación laboral alcanza una valoración media de 7 sobre 10. **Estos datos son coherentes con el Estudio de Inserción Laboral de Egresados/as en Turismo 2024 de REDINTUR**, que señala que el 71,3% de los titulados encuentra empleo en los primeros seis meses y el 94,1% antes de que finalice el primer año.

En cuanto a la satisfacción de los egresados (IUCM-29), **los resultados de la encuesta de Vicerrectorado también muestran una evolución positiva**. En 2023/2024 la media se situaba en 7 sobre 10 con una participación muy reducida, mientras que en 2024/2025 la valoración asciende a **8,5 sobre 10**. Se destacan con la máxima puntuación aspectos como la puntualidad, el trabajo en equipo y las actividades extraordinarias, lo que confirma el valor añadido que aporta la formación más allá del aula. Estos datos coinciden con el estudio REDINTUR, que indica que el 81% de los egresados considera que su titulación facilitó su inserción laboral y que el 82% volvería a elegir la misma carrera.

De forma complementaria, y con el objetivo de profundizar en el conocimiento de la satisfacción y la inserción de los egresados, desde la coordinación del máster se han impulsado **dos acciones adicionales** que fueron ya **valoradas muy positivamente en el informe de seguimiento 2023/2024**. Por un lado, el análisis de perfiles profesionales en LinkedIn de la promoción 2022/2023 confirma la excelente inserción: dos de cada tres egresados (66,7%) trabajan en el sector hotelero, un 9,5% en turismo no hotelero y un 23,8% en otros sectores, con presencia en cadenas de prestigio como Meliá Hotels International, The Madrid Edition, Intercontinental Madrid, Gran Hotel Inglés, Hotel Regina, Petit Palace/Icon Hotels, Only You Hotels, Keytel y Palladium Hotel Group. Por otro lado, la encuesta interna de satisfacción a los egresados de esa misma promoción ofrece resultados igualmente relevantes: la satisfacción general con el programa alcanza una media de **8,9 sobre 10**, el **84% de los participantes está trabajando** (92% en puestos relacionados con la formación recibida), el **63% encontró empleo en menos de tres meses** y un 25% adicional entre tres y seis meses. La satisfacción laboral

media se sitúa en **8,2 sobre 10**, la adecuación entre formación y puesto alcanza un promedio de **8,7**, y el **88%** considera que el máster ha contribuido de manera significativa a su evolución profesional

Finalmente, cabe subrayar la activa **implicación de los egresados en la vida académica del máster**. Tanto en 2023/2024 como en 2024/2025 han participado en mesas redondas, seminarios y visitas técnicas, contribuyendo de manera decisiva a la formación de los nuevos estudiantes y fortaleciendo la red de colaboración entre promociones. Esta vinculación constituye un círculo virtuoso que potencia la empleabilidad, enriquece la formación y refuerza el prestigio del programa. Además, los antiguos alumnos actúan como un valioso canal de contactos profesionales que facilita la empleabilidad y ayuda a los estudiantes a encontrar oportunidades laborales en un sector altamente competitivo.

|   | 1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación 2021/22 | 2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación 2022/23 | 3º curso de seguimiento 2º curso de acreditación 2023/24 | 4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación 2024/25 |
|---|--|--|--|--|
| IUCM-29<br>Tasa de satisfacción egresados con la formación recibida | 9,5  | 6,5  | 7  | 8,5  |
| IUCM-30<br>Tasa de inserción laboral egresados                      | n.d.   | 80%  | 100%   | 100%   |

| FORTALEZAS   | DEBILIDADES   |
|--|---|
| F5.3.1. Buenos resultados en cuanto a la satisfacción de los egresados<br>F5.3.2. Obtención de datos de los empleadores procedentes de las encuestas a las entidades que ofrecen prácticas.<br>F5.3.3. Implicación de los egresados en las Actividades Extraordinarias y en la oferta de prácticas.<br>F5.3.4. Alta tasa de inserción laboral de los egresados<br>F5.3.5. Contratación indefinida de los egresados | D5. 3.1. Escasa tasa de participación de egresados en las encuestas |

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

En lo relativo a los programas de movilidad, las titulaciones de la Facultad de Comercio y Turismo están integradas en el contexto general de la UCM y se desarrollan fundamentalmente dentro de las actuaciones de los programas ERASMUS, SICUE y algunos otros de carácter internacional (Fórmula Santander, Becas Iberoamérica, etc.). Los procedimientos de selección de estudiantes para cada período de movilidad están regulados por el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Cooperación de la UCM. Todos los procesos están pautados y son verificables en cada uno de sus pasos, de tal manera que la gestión de cada proceso y para que cada uno de los participantes en nuestros programas resulte idéntico, predecible y, en consecuencia, confiable. También, una Oficina de Movilidad Internacional de la Facultad cuya información se encuentra disponible en este enlace: <https://comerciotorismo.ucm.es/movilidad-internacional>. Se ocupa de todas las fases en el procedimiento de gestión de los programas de movilidad. Todas las convocatorias de movilidad y las especificaciones son publicadas en la web de la facultad y publicitadas a través de las redes sociales como estrategia para mejorar el acceso a la información. Se entiende que una información de fácil acceso contribuye claramente a garantizar la transparencia y la calidad de los procesos. Inmediatamente después de la publicación de la convocatoria del programa Erasmus, la Oficina de Movilidad Internacional de la facultad

convoca a los alumnos a una reunión informativa en la que se presenta el programa, se informa sobre el proceso de solicitud y concesión, y se resuelven dudas respecto a la conveniencia e idoneidad del programa para cada uno de los alumnos. Tras la adjudicación de las plazas disponibles, se convoca una segunda reunión para explicar a los estudiantes cómo realizar todos los trámites relativos a su estancia Erasmus. Tanto para la resolución de expedientes de convalidación como para resolver cualquier asunto no contemplado en la normativa que los usuarios puedan plantear, la facultad dispone de una Comisión de Movilidad y Relaciones Internacionales encargada de resolver estos asuntos. Esta toma de decisiones en comisión está prevista como un instrumento de garantía para los usuarios, previniendo la toma de decisiones unipersonales y la arbitrariedad personal que ello pudiera suponer. Los programas de movilidad son objeto de convocatorias públicas, predeterminadas desde los vicerrectorados respectivos y que son comunes para toda la universidad. La Comisión de Calidad de la facultad valora y analiza toda esta información periódicamente y emite propuestas de revisión y mejora del plan de estudios de la titulación. Las propuestas son remitidas a la Junta de la facultad, que adoptará las medidas necesarias para su ejecución, con el objetivo de lograr una mejora continua en la calidad de los programas de movilidad. En lo que respecta a la titulación, a pesar de estos medios y programas que se ofertan y promueven, no se da movilidad entre los alumnos. Dadas las características del máster, con una duración de un solo curso (60 ECTS), los mayores esfuerzos se realizan en el fomento de prácticas en el extranjero a través del sistema Erasmus Prácticas, para lo cual se cuenta con la Oficina Erasmus de la facultad, en estrecha colaboración con la coordinadora del máster. Sin embargo, al igual que en el curso anterior, ningún alumno ha participado en el programa. Nos parece una consecuencia lógica de un programa de 60 ECTS, que tiene un curso de duración. Por otra parte, en el marco de los programas de movilidad, el 66,67 % de los estudiantes participantes son de nacionalidad española. Desde la coordinación, animamos fundamentalmente a estos alumnos a que busquen su primera experiencia laboral en el extranjero. Esto les permite adquirir valiosas competencias internacionales, mejorar su nivel de idiomas y fortalecer su perfil profesional. De hecho, muchos de nuestros alumni están desarrollando su carrera fuera de España. Otra de las vías de trabajo que se está realizando desde el centro implica que el programa de movilidad no se reduzca únicamente a la duración del máster, sino que se amplíe hacia un itinerario formativo que abarca desde el último curso de grado hasta el máster. En este sentido, este máster participa en el convenio firmado a finales del curso 2018/2019 entre la Universidad Complutense de Madrid y París 1 Panthéon-Sorbonne, a través de la Facultad de Comercio y Turismo y del Institut de Recherche et d'Études Supérieures sur el Turismo, respectivamente, de reconocimiento de créditos que permite cursar un programa formativo de 2 años: un año en la Universidad París 1 y otro año en la Universidad Complutense. Los estudiantes participantes obtendrán, al finalizar, dos títulos de máster: uno expedido por la UCM y otro expedido por París 1. En el curso 2021/22, dos estudiantes participaron en este programa con un resultado muy satisfactorio tanto para las alumnas como para el profesorado y el resto de los estudiantes del máster. Finalmente, también se potencia la internacionalización del máster mediante actividades complementarias como visitas técnicas a Portugal o la organización de conferencias en inglés.

| FORTALEZAS   | DEBILIDADES |
|--|-------------|
| F5.4.1. Se dispone de gestión centralizada en la facultad de programas de movilidad. |             |

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

El plan de estudios propuesto del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras obliga a impartir un contenido de Prácticum con carácter obligatorio de 6 créditos, por lo que debe ser realizado o convalidado por el 100% de los estudiantes. Este Prácticum se define como un conjunto integrado de prácticas a realizar en entidades de hostelería que ponen en contacto a los estudiantes con los problemas de la práctica profesional. El objetivo general del Prácticum es profundizar en los conocimientos, capacidades y actitudes, vinculando a los alumnos con la realidad de la gestión de las entidades hoteleras, completando y complementando su formación teórica con experiencia práctica. Como objetivos formativos específicos, se señalan: 1. Aplicar las habilidades, competencias y conocimientos adquiridos durante la titulación, vinculados

a la entidad donde se realiza la práctica. 2. Conocer de cerca el entorno laboral interno: relaciones con superiores y compañeros. 3. Conocer de cerca el entorno laboral externo: relaciones con proveedores, clientes y público en general, de gran importancia en este sector. La gestión administrativa se realiza en la oficina de prácticas de la facultad (<https://comercioyturismo.ucm.es/practicas-externas>), que funciona bajo la dependencia funcional de la persona delegada de la Decana para Prácticas Externas y Empleabilidad, lo que demuestra la decidida apuesta de la facultad por estos temas. 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 publicada en la web. Esta comisión no es delegada de la Junta de la Facultad, pero de su composición y de sus acuerdos se informa en este órgano. 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 OPE-UCM para todas aquellas ofertas que se gestionan por allí.
- Atención personalizada al estudiante, para lo cual existe un horario prefijado de atención al público.
- Coordinación con los profesores tutores de prácticas.
- Gestión de expedientes y calificaciones.

Desde el curso 2015-2016, está en funcionamiento el sistema informático GIPE-UCM (Gestión Integral de Prácticas en Empresas-UCM). Esta aplicación centraliza toda la gestión de prácticas para los estudiantes, tutores y empresas. Al inicio de cada semestre, la facultad organiza una sesión informativa sobre prácticas empresariales dirigida a los estudiantes. En ella, se detallan los procedimientos de gestión y las diversas opciones de convalidación para la asignatura. Posteriormente, la presentación realizada a los estudiantes es publicada en el sitio web de la facultad y enlazada desde la sección correspondiente del sitio web del máster. En el curso 2023/34, se realizó una reunión con la delegada de la decana para empleabilidad solo para los estudiantes del máster. Cada estudiante tiene la guía de un profesor del centro y un responsable en la empresa donde realiza las prácticas. El tutor del centro sostiene al menos dos entrevistas o contactos por correo electrónico con el estudiante: una al inicio y otra al concluir las prácticas. A su vez, el estudiante debe presentar un informe reflexivo sobre su experiencia, la atención del tutor y la relación entre la práctica y su formación académica.

Por otro lado, el tutor empresarial redacta un informe dirigido al tutor académico, evaluando el desempeño del estudiante. La oficina de prácticas ha habilitado un espacio en el campus virtual para la comunicación y seguimiento, al cual pueden acceder todos los estudiantes matriculados en las titulaciones de la Facultad de Comercio y Turismo, incluido el máster.

La Facultad mantiene diversos acuerdos con empresas hoteleras que buscan estudiantes del máster para prácticas. Esta amplia oferta permite que los estudiantes tengan una variedad de opciones. No obstante, el centro está dispuesto a firmar nuevos convenios si el estudiante propone alguno, con el fin de a adecuarse a sus necesidades profesionales o geográficas. La lista de acuerdos firmados puede consultarse en el sitio web de la oficina de prácticas de la Facultad.

Las prácticas se evalúan mediante:

- Memoria anual de seguimiento
- Cuestionarios de evaluación de estudiantes, tutores externos y tutores académicos.

Una memoria específica que los estudiantes deben entregar a través de GIPE.

La Comisión de Calidad supervisa y evalúa el logro de los objetivos formativos de las prácticas para, si es necesario, proponer mejoras. Para ello, utiliza como información principal los cuestionarios de evaluación de estudiantes, tutores externos y tutores académicos.

**En el curso 2024/2025, un total de 32 estudiantes se matricularon en la asignatura de Prácticas Externas.** De ellos, 29 realizaron efectivamente prácticas, 3 no llegaron a hacerlas y se registraron 5 bajas. Además, se

ofertaron 69 oportunidades de prácticas, lo que confirma el **fuerte interés de las entidades colaboradoras por el programa, asegurando una amplia disponibilidad de destinos para los estudiantes**. En comparación, en 2023/2024 las empresas habían ofrecido 107 oportunidades; aunque el número total de ofertas ha descendido, sigue superando con creces la demanda real de los alumnos, garantizando prácticas de calidad y bien adaptadas a los perfiles formativos.

**La evaluación de las prácticas por parte de los estudiantes refleja un nivel de satisfacción muy elevado. El 93,1% considera que las prácticas constituyeron un complemento necesario en su formación, y el 96,6% repetiría en la misma empresa (frente al 84,4% del curso anterior).** Asimismo, el 89,7% otorga la máxima puntuación al valor añadido de las prácticas en su currículum, y más del 62% destaca su impacto en la empleabilidad y en la creación de contactos profesionales. En línea con el curso anterior, la contratación inmediata se mantiene reducida (3,4%), pero las **expectativas de empleabilidad mejoran de forma notable**: el 79,3% amplió el periodo de prácticas más allá del tramo curricular pactado.

Por parte de los tutores académicos, el 79,3% mantuvo contacto frecuente con los estudiantes, el 75,9% consideró cumplidos los objetivos del programa y el 93,1% calificó la experiencia con notas de entre 8 y 10 sobre 10, reflejando un seguimiento cercano y altamente positivo.

En cuanto a las **entidades colaboradoras**, las prácticas del curso 2024/2025 se han desarrollado en una amplia variedad de cadenas hoteleras y grupos empresariales, tanto nacionales como internacionales, lo que refuerza la proyección del máster. Entre ellas se encuentran **Meliá Hotels International, NH Hoteles, Vincci Hoteles, Ilunion Hotels, Radisson Hospitality, Eurostars Hotel Company, Room Mate Hotels, Only You Hotels y Petit Palace**. Asimismo, se ofrecieron prácticas en proyectos singulares como **Canfranc Estación 2018** y en compañías vinculadas a la promoción y gestión de espacios turísticos, como **Centro Canalejas Madrid o AQ Acentor Development**. Esta diversidad de colaboraciones permite a los estudiantes experimentar diferentes modelos de gestión hotelera y facilita la creación de contactos de gran valor para su desarrollo profesional.

Las entidades colaboradoras valoran de manera excelente la labor del alumnado: responsabilidad (82,8%), puntualidad (86,2%) y trabajo en equipo (75,9%) recibieron las máximas valoraciones.

El 75,9% de los tutores se declaró totalmente satisfecho con la práctica realizada, y el 79,3% puntuó la experiencia global con un 8 o más sobre 10. En el 34,5% de los casos se planteó la contratación directa del estudiante, y el 86,2% manifestó que lo tendría en cuenta en futuros procesos de selección. El 100% de las entidades expresó su disposición a seguir recibiendo estudiantes del máster. En comparación con 2023/2024, los resultados muestran una **mejora general en la tasa de finalización, la satisfacción estudiantil y la empleabilidad potencial**, consolidando las **prácticas externas como un pilar esencial en la formación del máster y en la vinculación con el sector profesional**.

| FORTALEZAS   | DEBILIDADES |
|--|-------------|
| <p>F5.1. Excelentes relaciones con las empresas y ofertas de prácticas de calidad</p> <p>F5.2. Se dispone de gestión centralizada en la facultad de los programas de prácticas</p> <p>F5.3. Excelente nivel de satisfacción de empleadores con los estudiantes que realizan las prácticas curriculares y extracurriculares.</p> <p>F5.4. Excelente nivel de satisfacción de los estudiantes con el programa de prácticas.</p> <p>F5.5. Excelente consideración de los estudiantes para futuras ofertas laborales</p> |             |

## 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.**

Con respecto al informe de seguimiento realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM con fecha del 25 de noviembre de 2024, en todos los aspectos a valorar se obtuvo un "Cumple". Se recomienda incluir resultados de satisfacción de agentes externos que se incluyen en la presente memoria.

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

En el curso 2023/2024 se identificaron dos áreas de mejora sobre las que se ha actuado en 2024/2025.

**1) Participación en las encuestas de los diferentes colectivos**

En 2023/2024 se señaló la baja participación de estudiantes, PTGAS y egresados en las encuestas de satisfacción. Para afrontarlo, se programaron acciones de sensibilización, difusión de una guía explicativa y refuerzo de las campañas de recordatorio durante el periodo de encuestas, bajo la supervisión de la Oficina de Calidad y la coordinación del máster. Los resultados de 2024/2025 muestran una ligera mejora en la participación de los estudiantes, que ha pasado del 15,6 % al 18,4 %, lo que indica que las medidas están empezando a dar fruto, aunque la representatividad de los datos sigue siendo limitada. En el caso del PTGAS, la participación también ha aumentado levemente hasta el 15,6 %, reflejando un mayor grado de implicación. Sin embargo, entre los egresados la participación en las encuestas del Rectorado continúa siendo baja, lo que repercute en la fiabilidad de los datos de inserción laboral. Para paliarlo, se ha insistido en la relevancia de su colaboración y se ha reforzado el uso de encuestas internas y el análisis de perfiles de LinkedIn como fuente complementaria de información, siempre respetando los límites legales de protección de datos.

**2) Comunicación PTGAS-estudiantes**

En 2023/2024 este aspecto fue identificado como una debilidad, ya que el PTGAS señalaba dificultades de comunicación con los estudiantes. Para mejorar, se planteó dar mayor visibilidad a las funciones y responsabilidades de este colectivo, fomentando el respeto y la colaboración. En 2024/2025 los resultados muestran un cambio significativo: lo que antes era una debilidad se ha convertido en una fortaleza. En las encuestas, la comunicación con los estudiantes aparece ahora como un punto positivo, gracias al esfuerzo realizado desde la coordinación y el Decanato para transmitir al alumnado la relevancia de la labor del PTGAS y promover un clima de reconocimiento y cooperación.

En conclusión, el plan de mejora puesto en marcha en 2023/2024 ha mostrado avances claros en 2024/2025, especialmente en la transformación de la comunicación PTGAS-estudiantes en una fortaleza y en el aumento de la participación de los estudiantes y del propio PTGAS en las encuestas. No obstante, la baja implicación de los egresados sigue siendo un reto pendiente que se mantendrá como prioridad en las acciones de mejora del próximo curso.

**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.**

El informe final de renovación de la acreditación del 14 de mayo de 2024 otorgó una valoración B en todos los criterios, destacando como punto fuerte el Criterio 2: Información y Transparencia. En este sentido, se menciona que la web del título es muy completa, y no se identificaron debilidades para ningún criterio. No obstante, en las justificaciones de la valoración de los distintos criterios, hemos detectado comentarios que podrían suponer una mejora y que tendremos en cuenta en futuras memorias de seguimiento.

| FORTALEZAS  | DEBILIDADES |
|---|-------------|
| <p>F6.1. Resultados satisfactorios (Cumple) en los informes de seguimiento con, que validan el buen funcionamiento del máster.</p> <p>F6.2. Calificación de todos los criterios evaluables en el informe de renovación de la acreditación con una B.</p> <p>F6.3. En 2023/24 se ha realizado solicitud de modificación no sustancial para adaptación de normativa estatal sobre adscripción de títulos a ámbitos de conocimiento.</p> |             |

## 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                            | F1.1. Compromiso de todos los implicados<br>F1.2. SGIC consolidado y eficiente en el control y detección de mejoras   | Apdos: 1.1/1.2/1.3        | Reuniones periódicas de la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo.  |
| Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación | F2.1. Compromiso de todos los implicados en la coordinación del título.<br>F2.2. Adecuación e integración de los mecanismos de coordinación.<br>F2.3. Comunicación fluida con el claustro.<br>F2.4. Comunicación fluida con los representantes de los estudiantes.  | Aptdo 2.                  | Reuniones periódicas de coordinación del Claustro de Profesores y de la Comisión de Coordinación Académica. Comunicación fluida y constante con los representantes de los estudiantes.  |
| Personal académico  | F3.1. Calidad y especialización del profesorado.<br>F3.2. Equilibrio entre la especialización académica-investigadora y profesional.<br>F3.3. Implicación del claustro en proyectos de innovación.<br>F3.4. Incremento en la capacidad investigadora del profesorado.<br>F3.5. Positividad en el 100% de las evaluaciones docentes.   | IUCM-6/IUCM-7/IUCM-8      | Seguir en contacto directo con los departamentos que imparten docencia en el máster.<br>Seguir con el contacto directo con los profesores a través de las reuniones periódicas del Claustro y la Comisión de Coordinación Académica   |
| Sistema de quejas y sugerencias                                 | F4.1. Posibilidad de presentación de quejas y sugerencias por diferentes vías (presencial y telemática)<br>F4.2. Cercanía del Coordinador/a para solucionar los problemas<br>F4.3. Funcionamiento efectivo del sistema de quejas y sugerencias  | Apdo 4.                   | Seguir informando de los mecanismos de quejas y sugerencias.<br>Seguir transmitiendo la cercanía del coordinador, disponible para los alumnos a través de tutorías, correo electrónico, campus virtual y contacto directo con la persona delegada del curso. La cercanía con el coordinador también se incrementa por las actividades extraordinarias del máster. |
| Indicadores de resultados                                       | F5.1.1. Resultados altamente positivos y con buena evolución en prácticamente todos los indicadores.<br>F5.1.2. Muy buenos resultados del TFM con la modalidad del simulador tanto en resultados como en aprendizaje  | IMC 5 y IMC7              | Seguir con la buena selección de los candidatos, incorporando entrevistas a estudiantes extranjeros para certificar el nivel de idioma. Seguir implicando a los profesores a través de las reuniones periódicas del Claustro y la Comisión de Coordinación Académica.   |
| Satisfacción de los diferentes colectivos                       | F5.2.1. Excelentes resultados de satisfacción de profesores tanto en los aspectos relacionados con el título, la gestión de este, los estudiantes, los recursos y compromiso.<br>F5.2.2. Buenos resultados en la satisfacción de los estudiantes.<br>F5.2.3. Buenos resultados de satisfacción del PTGAS.<br>F5.2.5. Las prácticas externas obtienen unos buenos resultados.<br>F5.2.6. Las aulas y su adecuación al número de alumnos resultan bien valoradas tanto por los estudiantes como por el PDI.<br>F5.2.7. Excelente relación del PTGAS con el alumnado | IUCM-13/IUCM-14 y IUCM-15 | Continuar con un proceso riguroso y exigente en la selección de los candidatos<br>Seguir implicando a los profesores a través de las reuniones periódicas del Claustro y la Comisión de Coordinación Académica Mantener la modalidad TFM- Business Game.  |

|   |   |                             |   |
|---|---|-----------------------------|---|
|   | F5.2.7. Estudiantes, Profesorado y PTGAS comprometidos con la UCM.<br>F5.2.8. Comunicación del PTGAS con los estudiantes  |                             |   |
| Inserción laboral   | F5.3.1. Buenos resultados en cuanto a la satisfacción de los egresados<br>F5.3.2. Obtención de datos de los empleadores procedentes de las encuestas a las entidades que ofrecen prácticas.<br>F5.3.3. Implicación de los egresados en las Actividades Extraordinarias y en la oferta de prácticas.<br>F5.3.4. Alta tasa de inserción laboral de los egresados<br>F5.3.5. Contratación indefinida de los egresados  | Apdo 5.3. IUCM-29 y IUCM-30 | Seguir aumentando la relación de las empresas hoteleras con el máster para facilitar prácticas de calidad y la posible inserción laboral. Aumentar la relación con los egresados implicándolos en las actividades extraordinarias del título, |
| Programas de movilidad  | F5.4.1. Se dispone de gestión centralizada en la facultad de programas de movilidad.  | Apdo 5.4.                   | Reforzar la difusión de los servicios y programas relacionados con movilidad. Mantener contacto directo con la Oficina de Movilidad Internacional de la Facultad de Comercio y Turismo.   |
| Prácticas externas  | F5.1. Excelentes relaciones con las empresas y ofertas de prácticas de calidad<br>F5.2. Se dispone de gestión centralizada en la facultad de los programas de prácticas<br>F5.3. Excelente nivel de satisfacción de empleadores con los estudiantes que realizan las prácticas curriculares y extracurriculares.<br>F5.4. Excelente nivel de satisfacción de los estudiantes con el programa de prácticas.<br>F5.5. Excelente consideración de los estudiantes para futuras ofertas laborales | Apdo 5.5.                   | Seguir aumentando la relación de las empresas hoteleras con el máster para facilitar prácticas de calidad. Mantener contacto directo con la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo.  |
| Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación | F6.1. Resultados satisfactorios (Cumple) en los informes de seguimiento con, que validan el buen funcionamiento del máster.<br>F6.2. Calificación de todos los criterios evaluables en el informe de renovación de la acreditación con una B.<br>F6.3. En 2023/24 se ha realizado solicitud de modificación no sustancial para adaptación de normativa estatal sobre adscripción de títulos a ámbitos de conocimiento.  | Apdo 6.4. y 6.5             | Seguir mejorando en todos los aspectos, teniendo en cuenta las sugerencias formuladas. Seguir aumentando la participación de egresados directivos en las actividades extraordinarias del máster.  |

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

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

En un esfuerzo por optimizar la calidad educativa, hemos identificado un área específica que requiere atención inmediata:

#### **1) Participación en las encuestas de diferentes colectivos (D5.2.1, D5.2.2, D53.1)**

Hemos detectado una participación mejorable en las encuestas de satisfacción por parte de estudiantes, PTGAS y egresados. En el caso de los estudiantes y el PTGAS, esto se atribuye a la falta de concienciación y a dificultades en el acceso. Para mejorar, continuaremos difundiendo la guía explicativa y reforzando las campañas de sensibilización, con la Oficina de Calidad de la FCyT y la Coordinación del máster liderando estas acciones en el curso 2024/2025.

En cuanto a los egresados, la baja participación en las encuestas del Rectorado afecta la calidad de los datos sobre su inserción laboral. Aunque existen métodos alternativos, enfrentan limitaciones de recursos y la LOPD. Nuestro plan incluye fomentar la participación, destacando su impacto en el prestigio curricular y explorar el análisis de perfiles de LinkedIn, respetando las restricciones legales, como fuente complementaria de información. El Vicedecanato de Estudios y Calidad y la Coordinación del máster supervisarán estas iniciativas.

#### **2) Necesidad de adaptar contenidos: Revenue Management.**

De acuerdo con lo establecido en la Memoria verificada del Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras por la Universidad Complutense de Madrid, en el Nivel 2 de Operaciones Hoteleras se integrará contenido de Revenue Management en la asignatura Restauración y Eventos (4 ECTS), procediéndose a la correspondiente modificación de la guía docente. Esta formación se complementará, como en cursos anteriores, con la organización de un seminario monográfico sobre la materia en el Club Radisson, en caso de disponerse de presupuesto.

**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/<br>En proceso/<br>No realizado |
|---|---|---|--|-------------------------|---|----------------------|---|
| Satisfacción de los diferentes colectivos           | D5.2.1. Participación mejorable en las encuestas de estudiantes.<br>D5.2.2. Participación mejorable del PTGAS en las encuestas. | Falta de concienciación de la importancia de las encuestas de los colectivos implicados. El método para contestar las encuestas no resulta muy accesible. | Difundir la guía explicativa de las encuestas de satisfacción.<br>Continuar con las labores de concienciación y recordatorio durante La campaña de encuestas. Encuesta interna de satisfacción de estudiantes del máster | IIUCM 13 y IUCM15       | Vicedecanato de Estudios y Calidad Coordinación del máster        | 2025/2026            | En proceso                                |
| Datos Inserción laboral                             | D5. 3.1. Escasa tasa de participación de egresados en las encuestas   | Falta de concienciación de la importancia de las encuestas.   | Continuar con las labores de concienciación mientras son estudiantes. Continuar haciendo estudios en LinkedIn y a través de la coordinación. Encuesta interna a egresados.   | IUCM-29 y IUCM-30       | Vicedecanato de Estudios y Calidad Coordinación del máster        | 2025/2026            | En proceso                                |
| Análisis del funcionamiento de quejas y sugerencias | D4.1. Necesidad de adaptar contenidos: Revenue Management   | Cambios en los sistemas hoteleros   | Modificación Guía Docente asignatura Eventos y Restauración  |                         | Coordinación del máster y profesora coordinadora de la asignatura | 2025/26              | En proceso                                |