

**INFORME DE SEGUIMIENTO DE LAS MEJORAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE
RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DEL
TURISMO, DEL TRANSPORTE Y DEL MEDIO AMBIENTE
(INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE)¹**

El presente informe tiene el propósito de hacer un seguimiento de las acciones de mejora derivadas del proceso de Renovación de la Acreditación finalizado en 2017 y vinculadas al Máster Universitario en Economía del Turismo, del Transporte y del Medio Ambiente

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DEL TURISMO, DEL TRANSPORTE Y DEL MEDIO
AMBIENTE**

1. En línea con lo indicado en el informe de verificación de la ANECA del año 2013 y reiterado en el Informe de seguimiento de la ACCUEE de 2016, “se recomienda ampliar la información aportada sobre la viabilidad y el interés del título, los referentes externos y reforzar la propuesta con consultas a diferentes colectivos.

- En respuesta a la recomendación de la ANECA, tal y como se expuso en el autoinforme de seguimiento del título, en la memoria de verificación, se incluyó un análisis sobre la relevancia y sobre la adecuación de la formación a las salidas profesionales y se realizó un análisis del entorno social en materia I+D+i.
- Asimismo, atendiendo al Sistema de Garantía de Calidad del Instituto, sistemáticamente se recogen resultados acerca de la opinión de los distintos grupos de interés referentes a este título (estudiantes, PDI, PAS y egresados).
- A través del “Procedimiento institucional de seguimiento de la inserción laboral de los egresados, PI13”, desarrollado por el Observatorio de Empleo de la ULPGC, se establecen las pautas para la recogida de datos sobre la inserción laboral de los titulados.

Evidencias

- Planificación de las encuestas: https://calidad.ulpgc.es/satisfaccion_periodos
- Modelos de encuestas: <https://calidad.ulpgc.es/index.php/m-mc>
- Los resultados de participación se muestran en la web institucional del título, en los que se observa un aumento en la participación del personal de administración y servicios, aunque se debe seguir trabajando en la del profesorado y de los estudiantes de movilidad recibidos:
https://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=pantalla&numPantalla=25&codTitulacion=5027&codPlan=50&tipotitulacion=M
- Web del observatorio de empleo y estudios de inserción laboral:
<https://empresayempleo.ulpgc.es/observatorio/area-de-publicaciones-observatorio/>

¹ Todas las referencias que se hacen a las figuras de director, decano, secretario, vicedecano, catedrático, profesor, administrador, coordinador o cualquier otro cargo de la ULPGC, así como a la figura de estudiante, en su género masculino se entenderán hechas a sus correspondientes del género femenino.

2. Desarrollar, dado el bajo número de estudiantes con matrícula completa en el Máster, políticas claras de captación de estudiantes que, dada su temática, podrían dirigirse en especial a estudiantes nacionales.

Acciones institucionales:

Se han desarrollado diversas campañas y acciones, tanto desde la institución como desde el Centro.

Evidencias:

- Campañas publicitarias: <https://www.ulpgc.es/comunicacion/campanas-publicitarias>
- Campaña extraordinaria de captación de estudiantes para Másteres Universitarios de la ULPGC: esta campaña implicó el adelanto del periodo de preinscripción a los másteres del 1 a 18 de febrero de 2018 y de matrícula del 13 al 20 de marzo, ordinariamente el periodo de preinscripción es a partir del 15 de junio y la matrícula en julio. Esta campaña se justifica por los problemas de tiempo que suelen tener los estudiantes extranjeros a la hora de obtener visados, permisos y becas para realizar los estudios en España.
 - (<https://www.ulpgc.es/noticia/campana-extraordinaria-captacion-estudiantesmasteres-universitarios-ulpgc>).
- I Muestra de Posgrados de la ULPGC (19, 20 y 26 de abril de 2018): El Vicerrectorado de Comunicación y Proyección Social de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) organizó la I Muestra de Posgrados de la ULPGC, con el fin de acercar la oferta de Posgrados, así como toda la información de interés, al alumnado universitario en especial, y a la sociedad canaria en general. Programa: https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2018/Abr/19_masteres_con_programa_0.pdf
Imágenes: <https://www.flickr.com/photos/ulpgc/sets/72157694066105671>
Cada sesión consistió en varias exposiciones breves (6-10 minutos) a cargo del coordinador/es de cada Programa de Máster y un turno de preguntas posterior. Además de dar a conocer la oferta y la información relativa al calendario de acceso, plan de estudios, etc., las jornadas divulgativas también tienen como objeto visibilizar la transversalidad de muchos de los títulos de Másteres que se imparten en la ULPGC. <https://www.ulpgc.es/noticia/vicerrectorado-comunicacion-y-proyeccion-social-ulpgc-organiza-i-muestra-masteres>.
- II Muestra de Másteres, en la ULPGC: El **Vicerrectorado de Comunicación y Proyección Social de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC)** inicia sesiones informativas sobre la oferta de másteres para los estudiantes Universitarios.
<https://www.ulpgc.es/noticia/ii-muestra-masteres-ulpgc>
- Campaña “Soy #MásterULPGC”:
 - <https://www.ulpgc.es/noticia/campana-soy-masterulpgc-campus-universitarios-difundir-oferta-masteres-universitarios>
 - Noviembre de 2019: <https://www.ulpgc.es/sie/ii-muestra-ii-muestra-masteres-ulpgc>

- Difusión de videos: <https://internacional.ulpgc.es/fr/galeria-de-videos/>
- Jornadas de puertas abiertas: <https://www.ulpgc.es/sie/jornada-puertas-abiertas-2019>

Acciones del centro:

Al objeto de captar un mayor número de estudiantes de la ULPGC, se han ejecutado las siguientes acciones contempladas en los Planes de Captación del Centro:

- Charlas informativas del máster dirigidas a los estudiantes del último curso de los grados de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo de la ULPGC
 - Grado en Economía,
 - Grado en Turismo
 - Grado en Administración y Dirección de Empresas.

Se ha firmado nuevos acuerdos de movilidad con universidades extranjeras para captar estudiantes extranjeros. Aunque la mayoría de estos estudiantes no realizan matrículas completas, se ha demostrado que puede ser una forma de captar estudiantes con matrículas completas en las siguientes ediciones del máster.

Resultados de rendimiento:

https://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=pantalla&numPantalla=26&codTitulacion=5027&codPlan=50&tipotitulacion=M

3. Integrar las dos páginas web (la de la ULPGC, en español, y la de TIDES, en inglés) de cara a facilitar a los posibles agentes interesados en el Máster el acceso a la misma información

Las dos webs son necesarias, ya que una es institucional con la información genérica a la sociedad en general, empleadores, potenciales alumnos, y la otra del centro está dirigida principalmente a los estudiantes.

Acciones:

- Resumir y traducir la información relevante del título.
- Hacer visible esa información relevante en la web institucional, integrando la información de la ULPGC en la web del Instituto.
 - Se ha realizado la traducción de la información relevante del título que se difunde en la web institucional, principalmente la relacionada con la movilidad, creando una web nueva de internacionalización: https://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=pantalla&numPantalla=01&codTitulacion=5027&codPlan=50&tipotitulacion=M
 - Master's Degree credits: http://www2.ulpgc.es/archivos/plan_estudios/5027_50/Msterenturismoeconomaytransporte.pdf
 - Movilidad outgoing: <https://internacional.ulpgc.es/en/movilidad-outgoing/>
 - Movilidad incoming: <https://internacional.ulpgc.es/en/movilidad-incoming/>
 - Se ha realizado la traducción del resumen de los proyectos docentes de las asignaturas.

- https://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=pantalla&numPantalla=03&codTitulacion=5027&codPlan=50&tipotitulacion=M
- Se ha añadido más información en la web institucional, en el menú resumen, enlazando a la web del centro:
- Master's Degree credits:
http://www2.ulpgc.es/archivos/plan_estudios/5027_50/Msterenturis_moeconomaytransporte.pdf
- Registration requirements:
<http://www.tides.ulpgc.es/en/registation-requirements.html>
- Timetable, exams schedule and more information:
<http://www.tides.ulpgc.es/en/training/master-s-degree.html>
- Information brochure:
<http://www.tides.ulpgc.es/en/folletoinforma.html>

También se ha incluido la información de horarios y exámenes:

https://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=pantalla&numPantalla=14&codTitulacion=5027&codPlan=50&tipotitulacion=M

- Calendario institucional:
<https://www.ulpgc.es/ordenacion-academica/calendarios-academicos>
- Horario Académico (Timetable):
<http://www.tides.ulpgc.es/en/horario.html>
- Calendario de exámenes (Exams Schedule):
<http://www.tides.ulpgc.es/en/examenes.html>

Estado de la mejora: en proceso.

4. Mejorar la gestión administrativa de los convenios y becas de movilidad y cooperación bilateral existentes, en particular en el ámbito del programa Erasmus Mundus.

Acciones:

- La implantación de la tecnología de Gestión Integrada de Servicios de Registro (GEISER) para iniciar el funcionamiento del registro unificado del Ministerio del Interior, tras un compromiso con la Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE).
- Firmar nuevos convenios de movilidad a través de otros programas de Intercambio que no sea Erasmus Mundus, al objeto captar estudiantes de movilidad.
- Desarrollo de una nueva aplicación informática que permite hacer todos los trámites online y una nueva web de movilidad:
<https://internacional.ulpgc.es/en/movilidad-outgoing/pdi-outgoing/>

Estado de la mejora: en proceso.

5. Reflexionar si la matrícula parcial –en torno a 30 ECTS- por parte de estudiantes extranjeros es adecuada para el cumplimiento de los objetivos del máster.

Acciones planificadas:

En el seno de la Comisión Ejecutiva y del Consejo de Instituto, se ha reflexionado sobre este punto y se ha concluido lo siguiente:

- El Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible ya en la declaración de su misión, visión y objetivos recoge su vocación de actuación internacional; y, en este sentido, se considera la captación de estudiantes extranjeros un medio para alcanzar su proyección internacional. Las cifras de estudiantes y su procedencia corroboran este hecho: en el curso 2017/2018 el máster contó con 12 estudiantes de movilidad con matrículas parciales y estudiantes procedentes de 12 nacionalidades distintas; y en el curso 2018/19, con 11 estudiantes de movilidad y estudiantes de 10 nacionalidades distintas.
- Asimismo, se está produciendo un trasvase de estudiantes de movilidad con matrícula parcial a matrícula completa en el año siguiente. En el curso 2017/18 se matricularon 4 estudiantes de movilidad del año anterior; y en el curso 2018/19 fueron 2 estudiantes. Por lo tanto, en la medida que se consiga este efecto trasvase, se está favoreciendo el objetivo de captación de estudiantes con matrícula completa.

Evidencias:

- Declaración de la misión, visión y objetivos:
<http://tides.ulpgc.es/quienes-somos/mision-vision-objetivos.html>
- Datos estudiantes.

Denominación indicadores	Curso Académico			
	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
Estudiantes movilidad recibidos con matrículas parciales	6	20	12	11
Nº de países de origen de los estudiantes	8	10	12	10
Estudiantes de movilidad que realizan matrícula completa en el curso siguiente			4	2

Estado de la mejora: en proceso.

6. Realizar esfuerzos, aun teniendo en cuenta el reducido número de estudiantes matriculados, tendentes a elevar las tasas de respuestas de estudiantes y egresados a las encuestas de satisfacción. En esta línea, sería conveniente que existiese la posibilidad de que los estudiantes extranjeros rellenasen la encuesta en inglés.

Acciones:

- Sistemáticamente se aplican encuestas de satisfacción a egresados, estudiantes, personal docente y personal de administración y servicios. El diseño de calendario de aplicación de las encuestas se puede ver en la web de calidad de la ULPGC https://calidad.ulpgc.es/satisfaccion_periodos
 La mejora se ha dirigido a las actividades de difusión. En este sentido se han realizado las siguientes acciones:
 - A través de la web
 - En las sesiones informativas que realiza el Vicerrectorado de Calidad en los centros
 - A través de la publicación de carteles

- A través del correo electrónico
- Se indica al centro el inicio del periodo de encuestas para que haga la difusión entre sus colectivos.
- Se ha continuado aplicando las encuestas con asistencia de un encuestador con dominio en inglés y con una guía de apoyo para su cumplimiento.
- Versión en español:
https://calidad.ulpgc.es/templates/calulpgc/doc/Modelos_cuestionarios/Encuesta_EVADOC_2017_2018.pdf
- Versión en inglés:
https://calidad.ulpgc.es/templates/calulpgc/doc/Modelos_cuestionarios/Encuesta_ingles_EVADOC_2017_2018.pdf

Los resultados de participación indican que los estudiantes participan adecuadamente en la encuesta de satisfacción con la docencia. La encuesta y el correo electrónico se tradujeron al inglés y se pasó de manera online.

Resultados de participación en el máster:

https://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=pantalla&numPantalla=25&codTitulacion=5027&codPlan=50&tipotitulacion=M

Estado de la mejora: en proceso.

7. Reflexionar y profundizar en la baja valoración que los titulados dan a su nivel de satisfacción con los estudios cursados (2,78 puntos en una escala de 1 a 5, valoración que no llega al aprobado).

Acciones planificadas:

La satisfacción de los egresados con los conocimientos adquiridos ha pasado de 3,0 (curso 2015/16) a 4,0 (curso 2017/2018). Esta última cifra corresponde a la encuesta de un solo estudiante de nueve matriculados. Se ha mejorado el plan de acción tutorial del estudiantado y se ha ampliado la información difundida en la web sobre la titulación, su impacto en la productividad científica, orientación profesional, etc.)

Evidencias:

https://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=pantalla&numPantalla=25&codTitulacion=5027&codPlan=50&tipotitulacion=M

Web del instituto: <http://www.tides.ulpgc.es/facts-and-figures.html>

Planes de captación: <http://www.tides.ulpgc.es/calidad-implantacion.html>

Estado de la mejora: en proceso.

8. Realizar encuestas de satisfacción a los empleadores.

Acciones planificadas:

- Diseño del mecanismo de valoración del empleador sobre el título.
- Aplicación del mecanismo de valoración al colectivo de empleadores.

Evidencias:

- Se ha diseñado una encuesta dirigida a los empleadores:
<https://empresayempleo.ulpgc.es/wp-content/uploads/encuestas/encuesta-empleadores.pdf>
- Se ha diseñado una nueva web sobre empleo, emprendimiento y empleabilidad:
<https://empresayempleo.ulpgc.es/observatorio/estadisticas-observatorio/>
- Se está en proceso de aplicación de la encuesta a empleadores.

Estado de la mejora: en proceso.

9. Intensificar los procedimientos emprendidos por TIDES y por la ULPGC para mejorar la inserción laboral de los egresados del Máster.

Acciones:

Desde la emisión del informe final de acreditación en junio de 2017, el Vicerrectorado con competencias en empleabilidad ha desarrollado una gran cantidad de acciones para mejorar la inserción laboral a través de una Dirección de Prácticas Externas y Empleabilidad: becas y prácticas en empresa, premios sobre emprendimiento, programa [FUTURA-T, etc.](#)

Evidencias:

- Sistema de becas y prácticas en empresa
<https://www.ulpgc.es/vempresa/becas-y-prcticas-empresas>
 - o Destacan especialmente los programas de prácticas combinados con formación para la empleabilidad, es el caso de los programas auspiciados por la Conferencia de Rectores Españoles, Santander CRUE CEPYME específicamente centrado en el desarrollo de prácticas en pequeñas y medianas empresas y ONCE-CRUE para prácticas no laborales de estudiantes con más del 33% de discapacidad declarada. Destaca también el programa firmado con el Servicio Canario de Empleo, [CATALIZA \(http://catalizacanarias.ulpgc.es/\)](http://catalizacanarias.ulpgc.es/) que ofrece becas de prácticas a 220 egresados, o el programa Inserta (<https://www.fulp.es/formacion-dual-inserta>), desarrollado colaborativamente con la Fundación Universitaria de Las Palmas, programas que ofrecen una inserción laboral superior al **60%** en cada edición.
- Formación para la empleabilidad
<https://www.ulpgc.es/vempresa/formacin-y-empleabilidad>
- Ofertas de empleo
<https://www.ulpgc.es/vempresa/ofertas-empleo>
- Difusión de reconocimientos o premios sobre emprendimiento
<https://www.ulpgc.es/vempresa/premios-y-reconocimientos>
- Programas focalizados en el desarrollo de competencias transversales para la empleabilidad, a lo que se ha unido recientemente el desarrollo de un programa completo de mejora de las competencias emprendedoras de los estudiantes ligado a un espacio físico (**Laboratorio Campus**) que permite el desarrollo de proyectos colaborativos e innovadores:
<https://empresayempleo.ulpgc.es/emprende/laboratorio-emprende/>
- El programa [FUTURA-T \(https://www.ulpgc.es/noticia/vicerrectorado-empresa-emprendimiento-y-empleo-presenta-actividades-realizar-mayo\)](https://www.ulpgc.es/noticia/vicerrectorado-empresa-emprendimiento-y-empleo-presenta-actividades-realizar-mayo), con alto grado

de participación de la comunidad universitaria, con ciclos de conferencias, charlas y foros de debate que se desarrollan en su contexto.

- Actividades y Talleres en el laboratorio Campus
<https://www.ulpgc.es/noticia/actividades-laboratorio-campus-ulpgc>
<http://emprendedores.ulpgc.es/futurat/>
- El Vicerrectorado sigue continuamente las cohortes de estudiantes que egresan cada año en cada titulación y, acumuladamente por áreas de conocimiento, para ofrecer datos de inserción laboral a los 12 y 24 meses del egreso, reflejado cada año en el dossier ULPGC Emplea con datos de inserción, paro, encaje y gap year de interés para la toma de decisiones en la materia:
- Web del observatorio de empleo y estudios de inserción:
<https://empresayempleo.ulpgc.es/observatorio/area-de-publicaciones-observatorio/>

Estado de la mejora: en proceso.

Dña. Milagros Rico Santos

Vicerrectora de Calidad