

MEMORIA JUSTIFICATIVA

Máster en Comercio Internacional

La propuesta de modificación de la Memoria del Máster en Comercio Internacional se deriva directamente del informe final de la última acreditación del título (julio, 2019) y se solicita para incorporar modificaciones menores que no suponen ningún cambio en la naturaleza del título ni tampoco en su estructura y objetivos.

Los cambios planteados se limitan a dar respuesta a las consideraciones incluidas en el Informe Final De Evaluación Para La Renovación De La Acreditación, que se resumen en los siguientes puntos:

1. El número de plazas efectivamente ofertadas (25 presenciales y 25 no presenciales) no se corresponde con las contempladas en la memoria verificada del título. Se debe actualizar esta información realizando una modificación de la memoria e indicando que se ofertan 50 plazas en total (la suma de las plazas ofertadas en cada modalidad).
2. La memoria del título modificada en 2011 no recoge la información necesaria para el desarrollo de la modalidad a distancia en los diferentes apartados, por lo que se debe modificar por el procedimiento legal establecido para ajustarse a los requerimientos de este tipo de modalidades de enseñanza que se concretan en las guías de evaluación de ACSUG y posterior actualización a través de los documentos de la Red Española de Agencias de Calidad Universitaria (REACU). Se debe implementar esta modificación a la mayor brevedad posible.

A continuación, desarrollamos la memoria justificativa asociada a esta propuesta de modificación del Máster en Comercio Internacional.

REQUISITOS GENERALES

1. Justificación de interés socioeconómico para la Comunidad Autónoma

La crisis económica sufrida en el país desde 2009 incrementó el interés del tejido productivo y de las instituciones por la internacionalización de las actividades empresariales como alternativa al mercado nacional. Este hecho está reflejado en el Índice Sintético de la Actividad Exportadora (ISAE) que refleja un crecimiento sustancial y sostenido desde el segundo trimestre de 2009. Este índice refleja la percepción de los gestores empresariales y es una aproximación interesante de la realidad en la que están viviendo, muchas veces adelantada a las propias estadísticas. Este impacto de las exportaciones tiene su incidencia en el PIB, llegando a constituir el 24,37% del PIB del país en 2017 y el 23,94% en 2019, cuando en 2008 y 2009 era del 17,25% y 15,24% respectivamente.

En consecuencia, la disposición del tejido productivo español en general, y del caso gallego, en particular, a exportar ha ayudado a mantener la situación empresarial en el país y a relanzar la economía en los últimos años. En el caso particular, Galicia ha demostrado un comportamiento muy positivo en las exportaciones, llegando a lograr un saldo positivo en la balanza comercial, esto es, que las exportaciones superan a las importaciones, siendo una de las escasas regiones

que lo logran en el estado. Específicamente, la provincia de Pontevedra empujada por la pujanza del sector del automóvil, la pesca y congelado, piedra natural y naval tiene una trayectoria consolidada en las exportaciones. A esto se le ha unido con fuerza otros sectores en las últimas décadas al norte de la comunidad como es la confección moda y Contract.

Por lo anterior es necesario ofrecer un título de posgrado que complemente la formación de titulados universitarios mediante una especialización en comercio internacional con orientación profesional, pero que también pueda constituir el germen de una potencial tesis doctoral. Estos titulados, una vez pasen a incorporarse a una actividad profesional, debieran ayudar a mantener esta tendencia e incluso incrementar la presencia de las empresas e instituciones en el entorno global. De este modo, se aporta una formación multidisciplinar adecuada para desarrollar con eficacia y profesionalidad la actividad del comercio internacional. Es el único máster oficial de la Comunidad Autónoma sobre este tema y localizado en un área con fuertes vínculos comerciales con el exterior.

El Máster de Comercio Internacional, que viene funcionando ininterrumpidamente desde el curso 2009-2010, mantiene su interés académico y profesional recogido en la memoria. Durante estos años, ha existido un esfuerzo continuo para mantenerlo actualizado y dar respuesta a la necesidad de profesionales especializados en la casuística y problemática de, comercio internacional. Los resultados logrados a lo largo de estos años lo han situado como uno de los másteres más demandados de la Universidad de Vigo, sólo por detrás de determinados másteres que habilitan para el ejercicio de una actividad profesional. En algunos cursos académicos el número de demandantes ha llegado a duplicar el número de plazas ofertadas, cerrando, salvo casos excepcionales, la matrícula en el mes de julio, lo que constituye un éxito. Asimismo, el título tiene un elevado reconocimiento en el área de Vigo en particular y, en Galicia en general.

Dentro de la mentalidad adaptativa a las nuevas realidades y metodologías docentes favorecidas por las tecnologías de la información y comunicación, en el curso 2011-2012, desde la Comisión Académica del Máster se optó por ofertar el máster en dos modalidades, la presencial y la no presencial virtual. Esta nueva modalidad permitía alcanzar un doble objetivo, por una parte, cubrir una demanda creciente por parte de estudiantes que querían compatibilizar sus estudios con una actividad profesional, habitualmente relacionada con el comercio internacional, por otro, dar acceso a alumnos situados lejos de la zona de Vigo, que es donde se imparte el máster. Como consecuencia, se creó un segundo grupo, con contenidos y metodologías adaptadas a esta modalidad, y que se desarrollaba sobre la base de una plataforma Moodle. En este sentido, el máster fue pionero en el desarrollo de una modalidad muy exigente tanto para el estudiantado como para el profesorado, puesto que desde el comienzo era totalmente virtual. Desde su entrada en vigor existió un claro compromiso de la institución con ambas modalidades, dotando el Centro de instrumentos TIC, así como proporcionando formación a los docentes.

En particular, el título, tal y como se indica en El Informe Final De Evaluación Para La Renovación De La Acreditación del 3 de julio de 2019, presenta importantes puntos fuertes que aportan un gran valor añadido y justifican con creces el mantenimiento del título. Dichos puntos fuertes son los siguientes:

- La demanda del título es elevada, permite cubrir todas las plazas y justifica la existencia y sostenibilidad del título. Es uno de los másteres más demandados de la Universidad de Vigo.

- La evolución experimentada en materia de investigación y progreso de la carrera académica por los profesores implicados en el título ha sido positiva. La satisfacción de los estudiantes con la actividad docente del profesorado alcanza niveles elevados.
- Se hacen esfuerzos por complementar la docencia con profesorado externo profesional a la vez que se mantiene una plantilla estable de profesorado interno.
- Se fomenta la utilización de las redes sociales para hacer un seguimiento de egresados y crear vínculos con los mismos.
- El Centro dispone de la infraestructura y los recursos materiales necesarios para la impartición del máster. Se observan esfuerzos por mejorar las deficiencias detectadas en las necesidades de infraestructuras.
- Aunque no se cuenta con datos objetivos respecto a la empleabilidad de egresados, distintas evidencias recogidas durante la visita llevan a pensar que es elevada. Se aprecian vínculos importantes de la Escuela con el tejido empresarial que aportan fortalezas al título.
- Los resultados de las tasas de rendimiento, abandono, eficiencia, graduación y éxito alcanzan valores satisfactorios, cumpliéndose con los objetivos establecidos en la memoria del título.

Como han resaltado los evaluadores en el informe, el máster sigue manteniendo una elevada demanda, llegando a cubrir todas las plazas en primera convocatoria. Lo que demuestra el compromiso del máster y su fuerte vinculación con el entorno económico-empresarial. Asimismo, en los datos relativos al personal académico se constata una evolución positiva en términos de carrera docente e investigadora, tanto en quinquenios como en sexenios. En términos de empleabilidad el máster tiene una buena interlocución con el tejido empresarial, que recurre a la lista del máster para enviar ofertas de empleo. Por último, las tasas de rendimiento, abandono, eficiencia, graduación y éxito se mantienen en un nivel adecuado y en línea con el objetivo de la memoria del título.

En el contacto con el entorno, la participación en la práctica totalidad de las materias del Máster de profesionales en activo en las distintas temáticas permite acercar lo máximo posible al alumnado a los problemas y realidades de la práctica empresarial. Un interés que también se pone de manifiesto en los convenios de colaboración firmados con multitud de empresas del ámbito autonómico y nacional, tanto del sector público como del sector privado. Cada año se firman nuevos convenios con empresas, en algunos casos a instancias de los propios alumnos y en otros a instancia de empresas que nos han hecho llegar su interés en acoger alumnos del master para la realización de prácticas curriculares y extracurriculares. Esto pone claramente de manifiesto el valor que el alumnado del máster aporta a las organizaciones. Además, las prácticas se convierten en una importante puerta de acceso al mercado laboral. Y, en algunos casos, los alumnos realizan, desde el primer momento, prácticas remuneradas.

2. Mercado laboral

En cada uno de los cursos en que se ha venido impartiendo el máster se ha dedicado especial atención al contacto con empresas y profesionales vinculados al comercio internacional. Este contacto, permitía obtener retroalimentación sobre las demandas del mundo laboral y ejercicio profesional, además de el acceso a fuentes de oportunidades para los estudiantes. Este aspecto aparece explícitamente mencionado en el sexto de los puntos fuertes destacados en el informe final de acreditación más arriba mencionado, destaca explícitamente este aspecto cuando

afirma que “Aunque no se cuenta con datos objetivos respecto a la empleabilidad de egresados, distintas evidencias recogidas durante la visita llevan a pensar que es elevada. Se aprecian vínculos importantes de la Escuela con el tejido empresarial que aportan fortalezas al título”.

Los datos de inserción laboral, obtenidos en: Ministerio de Ciencia Innovación y Universidades- QUEDU <https://www.educacion.gob.es/notasdecorte/insercionLaboral.action>, avalan, a su vez, el mantenimiento del título. Son los siguientes:

Titulación	Tasa afiliación 2015	Tasa afiliación 2016	Tasa afiliación 2017	Tasa afiliación 2018
Máster Universitario en Comercio Internacional por la Universidad de Vigo	66%	68%	80%	83%

Titulación	% autónomos 2015	% autónomos 2016	% autónomos 2017	% autónomos 2018	% indefinidos 2015	% indefinidos 2016	% indefinidos 2017	% indefinidos 2018
Máster Universitario en Comercio Internacional por la Universidad de Vigo	7%	7%	9%	6%	48%	78%	79%	72%

El Máster mantiene contacto con los alumnos de promociones anteriores por medio de LinkedIn, en la página del Centro. Todo ello permite saber que muchos de los egresados continúan trabajando en el lugar en que realizaron las prácticas o han encontrado trabajo en otra empresa, gracias al master. Es importante destacar la predisposición que tienen los antiguos estudiantes del máster a colaborar con el mismo en cualquier tipo de actividad, ya sea ofreciendo prácticas en sus empresas o colaborando con charlas en jornadas especiales, en las que vienen a exponer a los alumnos actuales sus experiencias en el área del emprendimiento.

3. Demanda

El primero de los puntos fuertes destacados en el informe final de acreditación mencionado, destaca explícitamente este aspecto cuando afirma que “La demanda del título es elevada, permite cubrir todas las plazas y justifica la existencia y sostenibilidad del título. Es uno de los másteres más demandados de la Universidad de Vigo.”

El ratio de plazas demandadas sobre las ofertadas es positivo, llegando a duplicar la demanda el número de plazas en varios cursos académicos en la convocatoria de julio. Este parámetro es muy positivo, especialmente porque existe un fuerte reconocimiento entre los estudiantes de la calidad formativa y las oportunidades que ofrece el máster. Los egresados del máster son unos grandes embajadores y generan un boca-oreja positivo.

4. Otros. Innovación docente e investigadora: fomento da utilización de TIC e novas tecnoloxías.

La oferta de plazas de matriculación en modalidad no presencial desde el curso 2011-2012 y, por tanto, la experiencia obtenida a lo largo de todos los años de impartición del máster, en que hemos venido utilizando la plataforma de e-learning de la universidad de Vigo basada en tecnología Moodle, muestra un claro compromiso con la Innovación docente y el fomento de la utilización de nuevas tecnologías basadas en TIC.

El aula virtual permite a nuestros alumnos ampliar el campo de comunicación y aprendizaje más allá de los límites naturales del aula, el intercambio de conocimientos con el resto de los compañeros y profesores, la elaboración y entrega de trabajos, etc., lo que resulta de gran utilidad y genera un mayor dinamismo y cohesión entre todos los participantes. Asimismo, se ha habilitado un campus virtual que permitirá un contacto fluido entre profesores y estudiantes.

Estas plataformas tienen una elevada aceptación por el estudiantado y los preparan para un mercado laboral con una creciente presencia de herramientas digitales. Por esta razón, potenciamos el desarrollo de competencias y habilidades adaptadas a las demandas de las empresas que operan en la nueva economía digital, por un lado, poniendo en manos del alumno herramientas que le pueden ser de utilidad para el comercio internacional. Esta formación incluye comprender los fundamentos de la Web, la utilización herramientas online para el diseño de sitios Web, el uso de soluciones basadas en *cloud computing* y SaaS, todas de utilidad en la actividad comercial internacional. Asimismo, en una formación más avanzada se ofrece una visión general de las TIC e Internet en el comercio electrónico, así como nuevos modelos de negocio basados en plataformas digitales. También se estudia el papel de la web y sus posibilidades a la hora de generar ventas y notoriedad de la empresa, incorporando herramientas de e-marketing, como la reputación digital, análisis de tráfico o seguimiento son elementos de gran trascendencia como los e-Marketplace o comunidades virtuales de negocio, la incidencia de la logística electrónica, los espacios B2B, y otras transacciones electrónicas, como son los pagos on-line o la banca electrónica. Y siempre incorporando la protección de datos como elemento transversal. Todo ello incluyendo profesionales de la Universidad, pero también personal externo que trabaja en el ámbito.

REQUISITOS ESPECÍFICOS

1. Demanda.

Al tratarse de un máster que ya lleva más de diez años impartándose, la previsión de demanda del mismo puede basarse en los datos de matrícula existentes, lo cual nos permite justificar la previsión mínima de 50 alumnos/as de nuevo ingreso requerida.

2. Formación integral, con orientación práctica.

El título tiene una orientación laboral o práctica en la medida en que se orienta a dar respuesta inmediata a las actuales demandas de las empresas en materia de formación de profesionales. Así lo recogía explícitamente el anterior informe de evaluación del Máster elaborado por la comisión de evaluación con motivo de la acreditación del título, en marzo de 2015.

3. Apoyo y colaboración de empresas e instituciones del ámbito socioeconómico.

La Escuela de Empresariales de Vigo tiene una consolidada trayectoria en lo que concierne a la vinculación con el tejido empresarial de la zona. De hecho, el Centro ha nacido hace aproximadamente 100 años por iniciativa del Ayuntamiento de Vigo, de la Cámara de Comercio y de las empresas de la ciudad, y ha sido pionera en la realización de prácticas en empresas, incorporando una asignatura obligatoria denominada Prácticum en su antigua Diplomatura de

Ciencias Empresariales. Como consecuencia, dispone de una amplia red de contactos con empresas y otros organismos, que permiten conocer de primera mano cómo son los perfiles que están demandando para así poder adaptar nuestros programas de estudio. Fruto de este historial de relaciones son el gran número de convenios para la realización de prácticas que sirven de puente entre el mundo empresarial y académico, la identificación de empresas que solicitan candidatos de sus perfiles (y el traslado de esta información a los alumnos, para que puedan acudir y presentar sus candidaturas) y la celebración de diferentes actos, foros y mesas redondas, diseñados para vincular empresas y candidatos.

Además, el máster cuenta en su claustro de profesores con profesionales en activo del mundo de la empresa, que imparten sus contenidos aportando una visión práctica, sobre la base de casos reales, compartiendo sus experiencias y proporcionándoles información de primera mano acerca de las necesidades actuales de las empresas. Los profesores externos y conferenciantes no solo dan la posibilidad a nuestros alumnos de conocer de primera mano la experiencia del negocio, sino que, con frecuencia, aprovechan su paso por nuestras aulas para seleccionar alumnos para la realización de prácticas.

A continuación se relatan algunas de las organizaciones que han utilizado nuestra cantera de alumnos para sus procesos de selección de personal, muchos de los cuales continúan trabajando en la empresa:

- Adegas Val Miñor, alimentación, vino.
- Altius, logística.
- Bimba y Lola, confección-moda.
- Combalia, logística.
- FAO, Organización dependiente de la ONU.
- Jealsa, alimentación, conserva de pescado.
- Iberconsa, alimentación, congelado.
- Inditex, confección-moda.
- Interatlantic Fish, alimentación, bróker.
- Kaleido, logística.
- Martín Códax, alimentación, vino.
- Noatum, logística.
- Pescanova, alimentación, elaborados de la pesca.
- Profand, alimentación, elaborados de la pesca.
- Savino del Bene, logística.
- Textilonia, confección-moda.
- Tiba, logística.
- Valora Marine Ingredients, derivados de la alimentación.

4. Prácticas externas garantizadas.

El período de Práctica profesional obligatoria en empresas e instituciones se utiliza para poner en valor las competencias adquiridas. Además, proporciona a los estudiantes una base sólida para la profesionalización, incrementando su potencial empleabilidad a corto y medio plazo. Este es uno de los aspectos mejor valorados por los estudiantes, tanto para aquellos que tienen así su primer contacto con el mundo laboral, como para aquellos que tienen experiencia profesional previa y que ven las prácticas como una oportunidad de cambio en su trayectoria profesional anterior. Esta percepción positiva también se da en estudiantes con experiencias

laborales previas, porque permite afianzar conocimientos y competencias adquiridos en durante el curso. En consonancia con lo expuesto en el apartado anterior, podemos afirmar que la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales dispone de un amplio número de convenios de colaboración firmados con organismos y empresas, muchos de ellos desde hace un buen número de años.

En la memoria figura la relación de organizaciones que han puesto de manifiesto su apoyo a la implantación de este máster y su compromiso de proporcionar prácticas externas a los alumnos. No se trata de una relación cerrada ya que se continúa con la labor de captación de nuevas empresas y formalización de los convenios correspondientes. En consecuencia, se puede garantizar la realización de las prácticas externas a todos los alumnos que se matriculen en el máster.