

JUSTIFICACIÓN DEL GRADO EN COMERCIO

Interés académico, científico o profesional del mismo

- Justificación del nombre elegido para el Grado

La elección del Grado en Comercio es consecuencia de un análisis de las necesidades del mercado laboral, las titulaciones que se imparten en otros países y la opinión de los empresarios e instituciones que han colaborado en el desarrollo del mismo. Las Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales hemos manejado diversos nombres para este grado, como Gestión Comercial, Gestión de Negocios, etc., que podían ser igualmente válidos, pero en la Universidad de Vigo se decidió optar por el nombre de Comercio por cinco circunstancias fundamentalmente:

1. Esta titulación existe en muchos países, no sólo europeos sino también de fuera de Europa, con unos contenidos muy similares a los que proponemos. Así, nuestros Graduados en Comercio cuando busquen empleo fuera de España, se encontrarán con que los empresarios del país correspondiente conocen el título y, por tanto, serán conscientes de los conocimientos, competencias y habilidades que han adquirido en sus estudios, incrementando de esta forma las probabilidades de encontrar empleo de nuestros alumnos.
2. Los organismos e instituciones que han colaborado en el desarrollo de este plan de estudios valoran positivamente la elección del Grado de Comercio, porque las empresas del sector de la distribución comercial venían reclamando desde hace tiempo unos estudios universitarios centrados en una actividad tan importante para la economía del cualquier país y tan compleja como es el Comercio. Las empresas industriales consideran que las actividades de comercializar, distribuir, y administrar se engloban perfectamente bajo la denominación de Comercio.
3. Esta denominación recoge la tradición de las Escuelas de Comercio, origen de las actuales Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales. Concretamente, la Escuela de Vigo se fundó en 1920. Las titulaciones de Comercio desaparecieron del sistema formativo español al integrarse estas escuelas en la Universidad. La actualización de estos estudios en su momento podía haber sido muy positiva para el sistema universitario español, como ha ocurrido en Francia y en otros países de nuestro entorno. También hubiera sido importante para el mercado laboral que precisa de profesionales competitivos en este campo.
4. El Grado en Comercio ya se oferta en dos universidades públicas españolas. Unificar nombres en titulaciones similares es positivo porque ayuda a orientar a los estudiantes y a las empresas sobre los contenidos, habilidades y

competencias que pueden desarrollar cursando este grado. También facilita la movilidad de los alumnos a escala nacional e internacional.

5. Existe una moción del Senado de España instando al Gobierno a poner en marcha la titulación de Grado en Comercio (ver <http://www.senado.es/legis8/expedientes/661/impresion/661000328.html>, nº de expediente 661/000328).

- **Justificación Académica**

La actividad comercial es uno de los campos de la Economía que ha evolucionado con mayor rapidez, adquiriendo un elevado grado de desarrollo y complejidad como consecuencia, en buena medida, de la incorporación de las nuevas tecnologías y de la globalización de los mercados con una competencia cada vez más fuerte.

La creciente relevancia de la actividad comercial exige, cada vez más, la presencia de personas que se dediquen al desarrollo de estas funciones con capacidad para desempeñar las tareas específicas de esta área de negocio. Estos profesionales necesitan estar dotados de competencias y habilidades específicas, muy diferentes de las requeridas en otros ámbitos de la empresa. Por ello, la Universidad debe disponer de unas enseñanzas dirigidas a la formación de profesionales preparados para desempeñar las funciones propias de ésta.

La Red creada para el desarrollo del Grado en Comercio, constituida por todas las Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales (EUEE) de España, considera necesaria una remodelación de las enseñanzas que hasta ahora ha impartido la Universidad en este ámbito, en el que se observan importantes carencias. En los futuros estudios de Comercio se incidirá de forma más intensa en el conocimiento de materias vinculadas a la gestión comercial, apoyado en el conocimiento de materias instrumentales que hoy son imprescindibles en el mundo de la empresa. Estos conocimientos se impartirán desde un punto de vista muy práctico, buscando formar profesionales útiles para el mercado laboral, algo que desde siempre ha caracterizado a las EUEE.

La Red de EUEE españolas, antes de fijar su contenido, ha estudiado con detalle los estudios de Comercio que se imparten en varios países en los que este tipo de carreras tiene gran aceptación entre el alumnado y entre las empresas porque proporcionan profesionales altamente cualificados y valorados. Es más, en el proceso de elaboración del plan de estudios del futuro Grado en Comercio, han participado tanto Escuelas Superiores de Comercio francesas como Universidades portuguesas en las que se imparten estos estudios, ofreciendo su valiosa experiencia.

Gracias al amplio proceso de consultas externas realizado por las EUEE de toda España para la elaboración de este plan de estudios, ha sido posible comprobar la necesidad que existe en el mercado laboral español de este tipo de profesionales, que no está cubierta en absoluto por las titulaciones que en estos momentos se están impartiendo en las universidades públicas españolas. Para la elaboración del grado que aquí presentamos, se han realizado consultas a agentes externos tanto de la actividad económica pública como privada.

La Universidad Pública no puede permanecer ajena a una titulación como Comercio que es demandada con insistencia por el mercado laboral y por organismos e instituciones públicas y privadas. A todo ello debemos añadir que la formación en este campo ha sido atendida hasta ahora por centros privados (Escuelas de Negocios) o instituciones públicas no universitarias, con notable éxito.

A todo lo anterior, podemos añadir otros cuatro aspectos que abundan todavía más en el interés académico del título:

En primer lugar, existen antecedentes, dentro del marco general de la enseñanza española, que identifican el Comercio como un ámbito específico y en algún caso lo diferencia de forma explícita de la Administración de Empresas. El Real Decreto 1834/2008 de 8 de noviembre BOE de 28 del 11 del 2008 (así como en su antecedente de 1994) que clasifica las categorías de las tipologías de profesores de enseñanzas secundarias, diferenciando: Administración de Empresas y Organización y Gestión Comercial.

En las enseñanzas de Formación Profesional, estructuradas en función del Catálogo Nacional de Familias Profesionales recogida en la Ley Orgánica 5/2002 de 19 de junio de BOE 20 de junio de 2002, aparecen dos familias diferenciadas, aportándole entidad propia a cada una de ellas: Administración y Gestión y Comercio y Marketing.

El desarrollo de cada una de ellas ha originado un conjunto de títulos de formación profesional de grado medio y superior diferentes.

Este hecho ofrece una idea clara de cómo la Administración del Estado está incorporando la disciplina objeto del Grado que aquí se propone de forma diferenciada de otras disciplinas como la Dirección y la Administración de Empresas.

En segundo lugar, el interés académico se pone igualmente de manifiesto en la amplia tradición académica de esta disciplina relatada, en su aspecto histórico, en la introducción a este apartado, y suficientemente contrastada por centros de formación privados nacionales con larga andadura en la formación de la misma, entre los que podemos citar: la Escuela Superior de Investigación Comercial que desde 1965 ofrece un Grado de cuatro años de duración denominado "Marketing y Gestión Comercial"; o la Escuela Superior de Comercio y Distribución de Tarrasa creada en el año 2000 y que, desde esa fecha, ofrece el Grado en Dirección Comercial y Distribución. No obstante, en ambos casos se trata de titulaciones con una cierta proximidad pero que, como su propia denominación indica, no son títulos de "Comercio".

En tercer lugar, existe una amplia bibliografía que pone de manifiesto el elevado desarrollo académico de las materias que conforman la función comercial de las organizaciones y el gran volumen de conocimientos que se ha ido creando y que sigue su evolución en los momentos actuales. Los fondos bibliográficos de la biblioteca de la propia Universidad de Vigo nos proporciona 4.129 referencias con la palabra "Comercio" ,743 referencias con la palabra "Organización de Empresas" 2.956 con "Contabilidad", 2.609 con "Finanzas" En cuarto lugar, su adecuado encaje dentro del mapa de titulaciones del Sistema Universitario de Galicia y de la Universidad de Vigo. El Grado en Comercio es necesario porque está asociado a conocimientos, habilidades y actividades profesionales no contempladas en los títulos existentes en la actualidad.

Otros grados próximos no incluyen una buena parte de los contenidos en el Grado que se propone. Se pueden citar, a modo de ejemplo, los siguientes:

- _ Sociología del Consumo
- _ Fundamentos de Marketing
- _ Informática Aplicada a la Gestión Comercial
- _ Idioma Comercial (inglés, francés y alemán)
- _ Gestión de Aprovisionamientos y Distribución Comercial
- _ Gestión del Comercio Exterior
- _ Marketing Internacional
- _ Marketing Estratégico
- _ Idioma para la negociación intercultural (inglés, francés, alemán)
- _ Muestreo aplicado a la Investigación de Mercados
- _ Idioma para la Comunicación Internacional (inglés, francés y alemán)
- _ Planificación de Recursos de Información Integrados
- _ Creación de Empresas Comerciales
- _ Investigación de Mercados
- _ Gestión de Riesgos Financieros y Comerciales
- _ Habilidades Personales, directivas y comerciales
- _ Técnicas de Investigación social
- _ Estrategia empresarial y gestión de ayudas
- _ Comercio Electrónico: Elementos informáticos

Estos contenidos desarrollarán competencias que tienen como objetivo una pluralidad de habilidades necesarias en una actividad profesional de amplio desarrollo y tradición. Aunque son muchas estas habilidades, citamos a modo de ejemplo: habilidad de gestión de empresas comerciales; de comunicación en entornos internacionales en su propia lengua o en lenguas extranjeras; de negociación en la lengua propia o en otras lenguas; de dirigir equipos interdisciplinarios y de ventas; para gestionar bases de datos en general y de clientes en particular; para captar, fidelizar y retener clientes de forma sostenible para la empresa.

Consecuencia de lo anteriormente expuesto, el Grado en Comercio de la Universidad de Vigo ofrece una enseñanza pública universitaria centrada en la función comercial de organismos e instituciones.

- **Interés Científico**

El objetivo del estudio científico y analítico de la actividad comercial es ofrecer unos principios que permitan interpretar y explicar determinados fenómenos que acontecen tanto en el ámbito general de la macroeconomía como en el ámbito microeconómico, donde se estudian las función comercial dentro de la actividad de organismos e instituciones, por tanto, nos encontramos dentro del campo de las ciencias vinculadas a los negocios.

El comercio, como disciplina científica, tiene un marcado carácter multidisciplinar, ya que se alimenta de numerosas fuentes del conocimiento como la Economía, la Sociología, las Matemáticas, la Estadística, la Economía de la Empresa, el Marketing, la Contabilidad, las Finanzas, la Comunicación, la Informática y otras TIC, además de los Idiomas necesarios para la comunicación. Ello es así porque el proceso productivo exige un análisis de la asignación de los medios de producción para conseguir la mayor eficiencia y un tratamiento de los costes, la asignación de la financiación necesaria, saber dar salida al producto mediante un estudio de los diferentes mercados. El conocimiento de la organización, la administración, la negociación, la previsión y la investigación comerciales, la legislación, las relaciones fabricante-distribuidor, los mercados exteriores y las técnicas de comercio exterior, son materias que precisan de un conocimiento científico propio y, por tanto, desgajado del ámbito de la economía general y de la gestión de la empresa en particular.

Desde el punto de vista del mercado doméstico, la actividad comercial necesita que sus funciones sean coordinadas para lograr un mejor y mayor desarrollo. No podemos olvidar que el tejido industrial español se caracteriza por la reducida dimensión de las empresas, con un tamaño medio de 12 trabajadores en más del 99% de las mismas. La generación de rendimientos crecientes de escala, no sólo mediante la consecución de una mayor dimensión empresarial media, sino también mediante la generación de economías externas de base territorial, constituye uno de los principales retos de la actual política industrial. Las actuaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio dirigidas a las PYMEs se orientan a la consecución de un triple objetivo: mejorar su competitividad, favorecer la creación de empleo y propiciar un incremento de la riqueza nacional (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2006).

Además, el comercio internacional es considerado como el motor de crecimiento de la economía española. Se produce una relación dinámica entre crecimiento y apertura de las economías hacia el exterior. Dentro de la Ciencia Económica los problemas que se presentan obligan a considerar un número más amplio de variables, por ello en la titulación se ponen las bases de conocimiento para el Comercio Internacional que es objeto de estudio más en profundidad en un Master en Comercio Internacional que se imparte en el Centro desde el curso 2008-09.

Como consecuencia de lo anteriormente planteado, se constata la necesidad y la oportunidad de ofrecer un Grado en Comercio que satisfaga las crecientes necesidades de profesionales cualificados en este ámbito.

Interés Profesional

El comercio, desde el punto de vista profesional, es una función relevante de la actividad de los negocios que abarca un campo muy amplio, delimitado por las principales figuras profesionales y en respuesta a los perfiles profesionales propios del título. Por otra parte, como actividad dentro de la economía de un país, el comercio precisa profesionales expertos, capaces de estudiar, analizar y tomar decisiones para el correcto desarrollo de la actividad comercial.

Para delimitar el interés profesional de Grado en Comercio hemos recabado las opiniones de asesores y profesionales del ámbito de los negocios, organismos e instituciones públicos y privados para conocer sus opiniones relativas al perfil profesional en relación con estas enseñanzas. También se ha requerido información sobre la organización y las enseñanzas de Comercio en países de nuestro entorno que integrarán el Espacio Europeo de Educación Superior.

El objetivo es adaptar la estructura de las enseñanzas del Grado de Comercio a los perfiles profesionales propios de los futuros graduados. Por ello, parece conveniente fijar primero los criterios que rigen la elaboración del contenido de las enseñanzas y, después, delimitar los diversos campos de conocimiento que inciden en la debida formación profesional de los graduados.

La amplitud de sectores comerciales aconseja diferenciar las prácticas comerciales de las figuras profesionales, para así evitar una posible confusión, dadas las interrelaciones entre unas y otras. En otros términos, la diferenciación citada correspondería con una segmentación horizontal en el caso de las prácticas comerciales y una segmentación vertical al tratar de las figuras profesionales.

La variedad de prácticas comerciales exige por un lado, realización, entre otros, de la planificación y gestión comercial, la gestión del comercio exterior, la gestión de aprovisionamientos y distribución, la dirección de equipos de ventas, la investigación de mercados, contratos laborales. Es preciso desglosar estas actividades en forma sistematizada para imputarlas después a las competencias a las que se refieren los objetivos de la titulación, así como a los perfiles profesionales.

En cuanto al comercio exterior, conviene hacer una referencia diferenciada sobre el mismo, como un subsector del comercio, por la importancia que tiene para el conjunto de la Economía. En este subsector las actividades son también muy diversas y, a modo de ejemplo mencionar: Marketing internacional, logística y transporte internacional, gestión de las operaciones del comercio exterior, arbitraje en las operaciones del comercio internacional.

En cuanto a los diversos puestos a desempeñar a tenor de las actividades acabadas de recoger, es decir, lo que sería una segmentación de tipo vertical, es lógico que se desarrolle a diferentes niveles en el marco de los organismos e instituciones públicos y privados, siendo diferentes competencias y los conocimientos requeridos. De ahí el interés de estos estudios de Grado en Comercio que se complementan con la oferta actual de un Master en Comercio Internacional que se imparte en la propia Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo desde el curso 2008-09. A la vista de lo anterior, los puestos de trabajo que podrían desarrollar nuestros alumnos abarcan un espectro muy amplio que iría, en el ámbito de los negocios, desde responsable comercial y de ventas, responsable de gestión integral, hasta técnico comercial del Estado, pasando por una pluralidad de actividades vinculadas al comercio.

Así pues, como es fácil deducir de las prácticas y perfiles que acabamos de exponer, los efectos profesionales vinculados al Grado en Comercio se derivan de la importancia de este sector en la actividad económica. El desarrollo y el conocimiento de los mercados exigen estar en posesión de una preparación que permita abordar todo el campo del tráfico mercantil. En este sentido, los sujetos de la actividad mercantil (negocios comerciales), los instrumentos utilizados para el desempeño de dicha actividad teniendo presente las nuevas tecnologías y la complejidad de las relaciones comerciales, hacen necesario disponer de personas especialmente capacitadas para el desempeño de unas profesiones que insistentemente demanda el mercado laboral. A lo anterior, debe añadirse la necesidad de disponer de un personal especialmente capacitado encargado de realizar las funciones dentro del marco internacional, ya que la apertura, cada vez mayor, de las economías nacionales al exterior y, consiguientemente, la posibilidad de acudir a los mercados extranjeros, obliga a contar con personas idóneas para ejercer esas actividades.

Los datos disponibles sobre la oferta de empleo que realizan las empresas ponen de manifiesto la necesidad que tienen de este tipo de profesionales. En los informes que periódicamente realiza Infoempleo, se puede comprobar la demanda de trabajadores, sobre todo, en dos áreas funcionales: Producción y Comercial, turnándose ambas en el primer puesto dependiendo de la coyuntura económica. Desde el 2005 el área comercial supone por sí sola más del 25 por ciento de las ofertas de empleo en España. Todos estos datos revelan la existencia de una gran demanda de personal formado para trabajar en el área comercial. Este hecho ha sido constatado por la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo al recabar asesoramiento externo para la elaboración de este plan de estudio a grandes empresas de la distribución como El Corte Inglés, a través de su Subdirector en Vigo D. Antonio Rodríguez Lijó, D. Fernando Pinto, Gerente del Centro Comercial Gran Vía, D. Alberto Rocha Guisande, Gerente de Texvigo, mostrando todos ellos un gran interés por el desarrollo de estos estudios que cubren la necesidad de profesionales con formación específica en este sector.

El Grado en Comercio responde también a las expectativas expresadas, entre otros, por la Diputación de Pontevedra, Consejo Superior de Colegios Profesionales de Titulados Mercantiles y Empresariales de España, Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España, Confederación de Empresarios, Asociación de Jóvenes

Empresarios, Autoridad Portuaria de Vigo, Colegio Oficial de Agentes Comerciales y el Ayuntamiento de Vigo.

En el Catálogo de Cualificaciones Profesionales existe la familia profesional de Comercio y Marketing, con competencias específicas reconocidas, que encontrarán en esta titulación su continuidad como estudios universitarios de Grado. La actividad mencionada está entre las funciones laborales de mayor demanda en los últimos años sin que haya sido atendida suficientemente en el aspecto formativo dentro de la universidad, por lo que creemos necesario ofrecer un título universitario oficial y público de Grado en Comercio.

Normas reguladoras del ejercicio profesional

No procede puesto que la Titulación no está directamente vinculada a una profesión regulada.

Referentes internos y externos

En lo que respecta a los referentes internos, manifestamos que con el Grado en Comercio la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo retorna, en cierto modo, a su origen, dado que fue fundada en 1920 como Escuela de Comercio, y en ella se impartieron durante décadas estudios elementales y superiores de Comercio. No obstante, hay que poner de manifiesto que el plan de estudios que presentamos tiene poco que ver con aquél que desapareció en la década de los 70 del siglo XX. Ahora se trata de ofrecer unos estudios de Comercio adaptados a la realidad comercial de los negocios del siglo XXI, similares a los que ofrecen las Écoles de Commerce francesas y los College of Commerce anglosajones.

Actualmente, en el ámbito nacional se vienen impartiendo desde hace tiempo y con notable éxito, por instituciones públicas y entidades privadas, enseñanzas correspondientes a la gestión comercial y al marketing; éxito tanto en el número de estudiantes que las cursan como en las facilidades para acceder al mercado laboral.

Dentro de la última reforma que se realizó de la Formación Profesional, se crearon dos títulos relacionados con la actividad comercial de la empresa, uno de grado medio, Comercio y Marketing y otro de grado superior, Gestión Comercial y Marketing. En estos momentos son dos títulos que tienen una notable demanda. Es evidente que no son estudios de grado, pero sirven como referente a la hora de analizar las tendencias del mercado. Además, los alumnos que cursan estos ciclos son una demanda potencial para el futuro Grado de Comercio, dado que representará una continuidad de sus estudios, permitiéndoles incrementar su nivel de formación, lo que a su vez haría posible que pudieran aspirar a puestos directivos dentro de las organizaciones en las que desarrollan su actividad profesional.

Las únicas posibilidades que tienen para mejorar su formación en su ámbito profesional se las ofrecen las Universidades Privadas. La que más tradición y prestigio tiene es la Escuela de Gestión Comercial y Marketing ESIC que ofrece la Titulación Superior en Marketing y Gestión Comercial. Se trata de una titulación propia que cuenta con un importante reconocimiento en el mundo de los negocios, tanto en el ámbito nacional como internacional. Esta reputación se traduce en convenios, intercambios y convalidaciones con Universidades y Escuelas de Negocios de otros países (EE.UU., Europa y Latinoamérica).

En el ámbito público, aunque no oficial, cabe mencionar la labor desarrollada por la Universidad Autónoma de Barcelona que dispone de un título propio relacionado con el Comercio. Se denomina Grado en Dirección de Comercio y Distribución, tiene una duración de tres años y su contenido se aproxima al Grado en Comercio que se propone en esta memoria.

En conversaciones con las grandes empresas de la distribución comercial en España (El Corte Inglés, Carrefour, Grupo Auchan), una de las quejas más frecuentes es que la única cantera a escala nacional de personal específicamente formado es la que procede de ESIC.

Precisamente uno de los objetivos del futuro Grado de Comercio es ofrecer desde la Universidad Pública una alternativa de calidad a esta oferta privada, de forma que las empresas, organismos e instituciones, puedan contar con personas formadas específicamente en marketing y comunicación.

El interés por la formación en el campo comercial ha sido puesto de manifiesto por numerosas empresas, organismos e instituciones públicos y privados. A modo de muestra indicamos los siguientes:

- _ Ayuntamiento de Vigo
- _ Autoridad Portuaria de Vigo
- _ Diputación Provincial de Pontevedra
- _ Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Vigo
- _ Confederación de Empresarios de Pontevedra
- _ Asociación de Jóvenes Empresarios de Vigo y Mancomunidad
- _ Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Vigo
- _ Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Pontevedra
- _ Colegio de Economistas de Pontevedra
- _ Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Vigo
- _ Fundación Provigo
- _ Instituto Ferial de Vigo (IFEVI)
- _ Aeropuerto de Vigo
- _ Asociación de Promotores Inmobiliarios
- _ Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES)
- _ Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP)
- _ Confederación General de la Pequeñas y Medianas Empresas del Estado Español (COPYME)

- _ Consejo Superior de Cámaras de Comercio
- _ Consejo Superior de Colegios Oficiales de Titulados Mercantiles y Empresariales de España
- _ Asociación Nacional de Fabricantes de Conserva de Pescado y Marisco (ANFACO)
- _ Cluster de Empresas de Automoción de Galicia (CEAGA)
- _ Asociación Cluster del Naval Gallego (ACLUNAGA)
- _ Cooperativa de Empresas del Sector Textil (TEXVIGO)
- _ Asociación Española de Distribuciones, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)
- _ Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)
- _ Unión Detallistas Españoles S. Cooperativa (UNIDE)
- _ Inditex
- _ El Corte Inglés
- _ Centro Comercial Gran Vía
- _ Alcampo
- _ Carrefour
- _ Vegonsa
- _ Pescapuerta
- _ Pescanova
- _ Citröen
- _ Caixa Galicia
- _ Banco Pastor
- _ Fundación Pedro Barrié de la Maza
- _ Grupo Postal
- _ Pascual Silva
- _ Carolina Herrera

Todos consideran necesaria la existencia de una titulación de Grado de Comercio ante la carencia de una oferta educativa en el sistema universitario español, al tiempo que es requerida por la trascendencia social del comercio.

La valoración positiva y el apoyo a su implantación es total, así como los deseos de colaboración en el proyecto (Veranexo 2).

En el plano internacional, uno de los aspectos clave en el proceso de implantación de los Títulos de Grado es la amplia oferta de estudios superiores asimilables en los países que participan en la articulación del Espacio Europeo de Educación Superior. Los títulos en Comercio están muy bien valorados, gozando de notable demanda tanto del alumnado como del mercado laboral.

Del análisis de la situación de estos estudios se desprende asimismo una clara diferenciación de los estudios oficiales de Comercio respecto a las titulaciones de Economía y Empresa, tanto por sus contenidos como por los perfiles profesionales que determinan y las necesidades sociales y empresariales a las que responden. En Francia, país con una larga y prestigiosa tradición en los Estudios Superiores de Comercio, existen diferentes titulaciones superiores de Comercio: Unas impartidas por las prestigiosas y cotizadas Écoles de Commerce y otras por los Instituts Universitaires de Technologie (IUT), instituciones similares a las Escuelas Universitarias españolas. Estas

últimas imparten una titulación de dos cursos, que no es equiparable al grado, pero sus alumnos pueden realizar un tercer curso que les permite acceder a las Licenses Professionnelles en Commerce impartidas por diversas Universidades públicas francesas, y que constituyen una primera adaptación de estos estudios al Espacio Europeo de Educación Superior.

En Portugal existen también estudios universitarios de Comercio; concretamente varios Bachelerato de Estudos Superiores de Comércio, e incluso licenciaturas, como en la Universidade do Minho.

En Alemania existen Estudios Superiores de Comercio, con carácter más profesionalizado, impartidos por las Fachhochschule, que están llevando a cabo su proceso de adaptación y proyectan reconvertir algunas de sus actuales titulaciones en estudios de Comercio. Otros países participantes en el Espacio Europeo de Educación Superior, como Holanda e Irlanda, también pretenden incluir estudios de Comercio en su proceso de adaptación.

Por tanto, los estudios de Comercio tienen entidad y presencia en los países de nuestro entorno que participan en el proceso de articulación del Espacio Europeo de Educación Superior, por lo que resultaría paradójica, desde este punto de vista, la exclusión del Grado de Comercio en España.

Otros países ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior, pero que se encuentran próximos culturalmente a nosotros, o constituyen por diferentes motivos un referente importante en el panorama educativo, ofrecen también titulaciones superiores en Comercio, diferenciándose de las de Economía y Empresa. Es el caso de Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Argentina, México, etc.

Finalmente, se ha constituido la Red Europea de Comercio en la que participan diversas Universidades españolas a través de sus Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales, Escuelas de Comercio e IUT franceses, además de Universidades italianas, portuguesas y holandesas. El objetivo de esta Red es coordinar las enseñanzas de Comercio y facilitar la movilidad de profesores y estudiantes.

Dentro de este apartado, se señalan también como referentes los planes de estudios de las Universidades públicas españolas, europeas e internacionales que imparten títulos similares.

En cuanto a los planes de estudios de Universidades públicas españolas, en la actualidad podemos encontrar dos titulaciones ya aprobadas:

“Comercio” en la Universidad Complutense de Madrid.

“Comercio” en la Universidad de Valladolid.

El referente principal es el Grado en Comercio de la Universidad de Valladolid que, al igual que el grado de la Universidad Complutense de Madrid tienen una raíz común con el que proponemos, puesto que han sido elaborado en el seno de la misma red. No

obstante queremos indicar algunas diferencias estructurales que se observan entre el grado de referencia de la Universidad de Valladolid y el grado que aquí se propone:

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia: Formación Básica, 60 créditos igual en ambos planes; Materias Obligatorias, Valladolid 108 créditos frente a 132 de esta propuesta (según normativa para las universidades gallegas); Materias Optativas, 45 créditos frente a 36; además en Valladolid la oferta de optatividad triplica el número de créditos a cursar (126/45) mientras que en el caso de Vigo la oferta –por normativa interna de la Universidad- es solo el doble de créditos que el alumno debe cursar (72/36). Por otra parte, la normativa de la Universidad de Vigo no permite ofertar asignaturas menores de 6 créditos, mientras que en el plan de estudios de referencia se ofertan asignaturas de 3 créditos. Prácticas externas 18 créditos frente a 6; Trabajo fin de Grado, 9 créditos frente a 6. Debido a lo anteriormente expuesto puede parecer que las diferencias existentes entre ambos planes son más relevantes de lo que un análisis pormenorizado revela. Así podemos afirmar que la formación adquirida por los alumnos de ambas universidades no difiere sustancialmente. Por lo que se refiere a otras instituciones privadas y públicas, se vienen impartiendo con gran tradición estudios relacionados con la actividad comercial pero en ningún caso se ofrece el título de “Comercio”. Como ejemplo citar:

La Escuela de Comercio de la Cámara de Comercio de Madrid, con titulaciones de “Técnico en Gestión Comercial y Marketing” y “Técnico Diplomado en Comercio Internacional”; la Universidad Camilo José Cela el de “Desarrollo, Gestión Comercial y Estrategias de Mercado–Marketing”; y la Universidad Europea de Madrid oferta “Marketing y Dirección Comercial”. Todas ellas forman profesionales que responden parcialmente al perfil de titulados que presentamos, ya que están más especializadas en marketing.

Del mismo modo se pueden analizar los planes de estudio de los referentes externos, es decir, aquellos grados o “bachelor” similares que se imparten en el resto del mundo. Sin ánimo de ser exhaustivos, se enumeran algunos centros dedicados a las enseñanzas del Comercio, que ofrecen títulos equiparables al grado. Se comienza con una referencia a lo que ocurre en los países con los que las Escuelas de Empresariales españolas han colaborado más estrechamente para elaborar el Grado: Francia y Portugal.

FRANCIA

- _ ESC Amiens Picardie: École Supérieure de Commerce Amiens Picardie
- _ ESC Bordeaux: École Supérieure de Commerce de Bordeaux
- _ ESC Brest: École Supérieure de Commerce de Brest
- _ ESC Clermont: École Supérieure de Commerce de Clermont-Ferrand
- _ ESC Dijon-Bourgogne: École Supérieure de Commerce de Dijon
- _ ESC Grenoble: École Supérieure de Commerce de Grenoble
- _ ESC Le Havre: École Supérieure de Commerce de Havre
- _ ESC Lille: École Supérieure de Commerce de Lille
- _ ESC Marseille: École Supérieure de Commerce de Marseille

_ ESC Montpellier: École Supérieure de Commerce de Montpellier (<http://www.supdeco-montpellier.com>).

Es una de las más importantes Escuelas Superiores de Comercio de Francia. En ella se imparte el Bachelor en Comercio que ha sido también un referente interesante por el gran prestigio de esta Gran Escuela.

_ ESC Pau: École Supérieure de Commerce de Pau

_ ESC Reims: École Supérieure de Commerce de Reims

_ ESC Rennes: École Supérieure de Commerce de Rennes

_ ESC Rouen: École Supérieure de Commerce de Rouen

_ ESC Toulouse: École Supérieure de Commerce de Toulouse

_ ESCM: École Supérieure de Commerce et de Management

_ ESSCA: École Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers

_ EDHEC: École de Hautes Études Commerciales de Nord

_ Université du Littoral Côte d'Opale: (DUT Techniques de commercialisation, Licence Sciences Economiques et Sociales Appliquées: Commerce-Gestion http://www.univlittoral.fr/form/form_init/pdf/licence_sesa_cg.pdf)

_ Université de Pau et des Pays de l'Adour (DUT Techniques de commercialisation, Licence Professionnelle de Commerce, Master Management International: commerce international http://iae.univpau.fr/FR/admin/images/up/formation_45.pdf)

PORTUGAL

_ Universidad de Fernando Pessoa.

_ Universidad de Aveiro.

_ Instituto Politécnico de Setúbal-ESCE.

http://web.esce.ips.pt/candidatos/pdfs/licenciaturas/plano_de_estudos_GDL.pdf

_ Instituto Politécnico de Leiria-IPL.

_ Instituto Politécnico de Tomar.

En el mundo anglosajón, el Título de Bachelor of Commerce se imparte en todas las Universidades importantes: Reino Unido, Irlanda, Estados Unidos, Canadá, Australia, India, etc. Se trata de un Grado de Comercio, llamado de forma abreviada BCom o BComm, que es en realidad un Grado de Comercio en el que se incluyen algunas nociones de administración de empresas. Tiene tres pilares fundamentales: la empresa, las finanzas y la actividad comercial de la empresa, que abarcan materias como Contabilidad y Finanzas, Marketing, Sistemas de Información de Gestión, Economía y Gestión de Recursos Humanos. Este tipo de estudios se puede cursar en Escuelas de Negocios, (School of Business) o bien en College o Facultades de Comercio. Por lo general, se trata de un Grado que sigue el modelo tradicional de clases magistrales y trabajo (dentro y fuera del aula) que suele impartirse de septiembre a mayo. Normalmente, los dos primeros cursos se articulan en torno a los principios básicos empresariales –economía, derecho, marketing y contabilidad–, mientras que los últimos cursos permiten una especialización en las áreas de mayor interés para el alumno. Son precisamente en los dos últimos cursos académicos en los que se encuentra la mayor optatividad del Grado. Éstos se suelen encontrar divididos en dos semestres y los cursos se organizan en módulos con exámenes a final de cada

semestre, diciembre y mayo. En el último curso el alumno ha de realizar un Trabajo de Fin de Grado.

El Grado de Comercio tiene un reconocimiento internacional por parte de las principales universidades, organismos profesionales y empresas. Como se considera de una cualificación empresarial alta, permite a sus graduados obtener empleo en puestos como directores comerciales y otras profesiones relacionadas con los aspectos comerciales de las empresas. Se trata de Títulos que tienen una gran demanda de alumnos internacionales, procedentes fundamentalmente de Asia.

Citamos algunos ejemplos de Escuelas o Facultades de Comercio en diferentes partes del mundo anglosajón:

IRLANDA

- _ University of Galway
<http://www.nuigalway.ie/courses/undergraduate/courses.php?cCode=>
- _ Cork College of Commerce
- _ Shannon College of the National University of Ireland
- _ UCD Quinn School of Business

REINO UNIDO

- _ London College of Commerce. Situado en el barrio de Wembley en Londres
<http://www.lcc.eu.com/lcmdipstudies.html>
- _ Cheltenham International College of Commerce. Cheltenham
- _ Central College of Commerce of Glasgow
- _ Napier College of Commerce and Technology, Edimburgo
- _ College of Commerce. University of Glamorgan. Gales.
- _ BA Commercial Management. Swansea Metropolitan University.
(<http://www.sihe.ac.uk/sihe/sbs/modules.htm>).

Éste es uno de los Centros con los que REDCOM (Red Europea de Estudios de Comercio) trabajó para el desarrollo del Grado en Comercio, debido a que imparte un titulación similar en Commercial Management y tiene un convenio con la E. U. de Estudios Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid lo que facilitó notablemente los contactos de la Red con dicha Universidad británica. En el diseño de su Programa podemos leer:

Programme Design Government and academic initiatives designed to support entrepreneurship have rekindled interest in the concept of the complete commercial manager as witnessed by the growing level of interest shown by large scale corporations in the development of a specific skills base. The role of Commercial Management has evolved in the areas of project managers, contracts managers and business development managers. The discipline of Commercial Management is by its

nature 'commercial' in that it engenders the entrepreneurial spirit to identify, negotiate, develop and manage, profitable commercial relationships and projects from inception through to completion.

El texto anterior recoge de forma sintética la naturaleza "comercial" y la define como el espíritu de identificar, negociar, desarrollar y gestionar relaciones comerciales provechosas y proyectar dichas relaciones desde el comienzo hasta su finalización. Habilidades y capacidades que hemos recogido en nuestras competencias generales, específicas y transversales.

CANADÁ

- _ Bachelor en Commerce. Edwards School of Business. University of Saskatchewan
<http://www.edwards.usask.ca/programs/undergrad/index.html>
- _ Grant MacEwan College, Alberta
- _ Queen's School of Business at Queen's University, Kingston, and Ontario
- _ Royal Roads University, Victoria, British Columbia
- _ University Canada West, Victoria, British Columbia
http://www.ucan.ca/Online_and_Campus_Programs/Bachelors_Degrees/Undergraduate

ESTADOS UNIDOS

- _ College of Commerce. DePaul University. Imparte esta carrera desde 1912 en la ciudad de Chicago. <http://commerce.depaul.edu/undergrad/>
- _ Indiana College of Commerce
- _ California College of Commerce
- _ Bowling Green College of Commerce. Bowling Green Business University. Glasgow, Kentucky

AUSTRALIA

- _ Australian International College Of Commerce. Perth
- _ College of commerce. Macquarie University. Sidney
<http://www.handbook.mq.edu.au/2009/Undergraduate/DegreesDiplomas/Degree.php?DegreeName=Bachelor+of+Commerce>
- _ Flinders University, Adelaide
- _ University of Melbourne
- _ University of Newcastle

INDIA

- _ Shri Ram College of Commerce. University of Delhi desde 1926
<http://www.srcc.edu/commercehonours.html>
- _ St. Vincent's College of Commerce. Pune, Maharashtra
- _ H. L. College of Commerce premier institution in commerce education in Western India. Gujarat

_ Kolkata University, cuenta desde 1956 con el Goenka College of Commerce, Kolkata (Calcuta)

PAKISTÁN

_ Hailey College of Commerce. University of the Punjab. Lahore
<http://www.pu.edu.pk/departments/default.asp?deptid=22>

NUEVA ZELANDA

_ University of Canterbury, Christchurch
<http://www.canterbury.ac.nz/courses/undergrad/bcom.shtml>
Fuera del mundo de tradición anglosajona y de Europa también encontramos Escuelas o Facultades de Comercio que imparten Títulos en Comercio en:

JAPÓN

_ Metropolitan College of Commerce, Tokio, es uno de los más prestigiosos de Japón; existe desde 1954

_ El Yokohama College of Commerce con 115 profesores y más de 2.200 alumnos existe desde 1968

_ El Takachiho College of Commerce de la Takachiho University Suginami Tokyo, Tokyo

_ Nagoya University of Commerce and Business Administration cuenta con un College of Commerce

_ Tokyo University

_ La Hitotsubashi University, una de las primeras Universidades privadas (1875), cuenta con el Tokyo College of Commerce desde 1920

_ La DePaul University cuenta con un College of Commerce en Tokyo

_ La Takasaki University of Commerce, de Takasaki, cuenta con un College of Commerce

_ Okohama College of commerce

_ Nihon University. College of Commerce. <http://www.bus.nihon-u.ac.jp/english/>

La primera Universidad privada del Japón, fundada en 1889, con más de 100.000 alumnos. En esta Universidad se puede observar como conviven una Facultad de Económicas y una Facultad de Comercio, a escasos metros uno de la otra, sin que aparentemente se produzcan interferencias, ni sus gestores consideren que existen ineficiencias por la existencia de ambos centros.

TAIWÁN

_ College of Commerce de La National Chengchi University, fundada en 1927
<http://iep.nccu.edu.tw/> (página web en inglés, para intercambios internacionales).

CHINA

_ College of Commerce. National Chengchi University

_ Guangzhou Puiching College of Commerce

MÉXICO

Se denomina Licenciatura en Relaciones Comerciales y se imparte en centros como:

_ Escuela Superior de Comercio y Administración perteneciente al prestigioso Instituto Politécnico Nacional. <http://www.escasto.ipn.mx/index.html>

_ Universidad ICEL. Coacalco

_ Universidad Autónoma de Juárez. Tabasco

Con todo ello hemos tratado de poner de manifiesto que el Grado en Comercio es una demanda de la sociedad, de las empresas, organismos e instituciones públicos y privados. Además los estudios de Comercio tienen una fuerte implantación en las universidades de todo el mundo lo que facilita el reconocimiento de estos profesionales a nivel internacional.

Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios.

- Descripción de los procedimientos de consulta internos

En la elaboración del plan de estudios que aquí presentamos se ha tratado de escuchar las opiniones de los diferentes grupos de interés que tienen algún tipo de vinculación con el Grado en Comercio. El punto de partida es la Junta de Titulación ya establecida con anterioridad, presidida por la Vicerrectora de Titulaciones y Convergencia Europea y, manteniendo el peso, una representación del profesorado, alumnado y personal de Administración y servicios. Estos tres estamentos se distribuyen entre la representación ponderada que tiene en esta Junta las titulaciones de LADE de las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales de Vigo y de Ciencias Empresariales y Turismo de Orense, y de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo.

La Junta de Titulación se reúne el 21 de septiembre de 2009 y acuerda aprobar los perfiles de los dos grados a desarrollar presentados por la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de Orense, el Grado en Consultoría y Gestión de la Información y por la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo, el Grado en Comercio.

Se acuerda encargar a una Comisión Delegada la elaboración de la Memoria del Grado en Comercio. Esta Comisión, está integrada por profesores de áreas con docencia en la actual diplomatura y representantes de la dirección del Centro, de los alumnos y del personal de administración y servicios. Previamente, la Comisión Permanente en reunión del 15 de septiembre de 2009, define y aprueba el perfil que se presentaría a la mencionada Junta de Titulación. A partir de la aprobación del mencionado perfil de la titulación por la Junta de Titulación, la Comisión Delegada se ha ido reuniendo periódicamente con el fin de proceder a la elaboración de la memoria. Los contenidos y los acuerdos quedan reflejados en las correspondientes actas que la secretaria del Centro levanta. En los casos en que los acuerdos suponen una aportación relevante,

son colgados en la web del Vicerrectorado para conocimiento de los miembros de la Junta de Titulación.

Con fecha 17 de noviembre de 2009 se reúne la Junta de Titulación para someter a aprobación la estructura del plan de estudios elaborado por la comisión. Mientras, ésta sigue trabajando en algunos puntos incompletos para, finalmente, el 14 de diciembre de 2009, aprobar la Memoria de Solicitud del Grado en Comercio, continuando el proceso de revisión interna de la Universidad de Vigo.

Posteriormente, la Comisión de Organización Académica y Profesorado (COAP), delegada del Consello de Goberno de la Universidad de Vigo, emite un informe favorable. El último trámite dentro de la Universidad de Vigo es la aprobación, por parte del Consello de Goberno que, igualmente, emite informe favorable en su reunión de 21 de diciembre de 2009, y por el Consello Social, que también informa favorablemente en su reunión de 22 de diciembre de 2009.

Tras el informe favorable del Consello Social de la Universidad de Vigo, será remitida a la Xunta de Galicia y finalizará este proceso con su remisión a la ANECA, para la verificación del título.

Para poder llevar a cabo este proyecto de Grado, la Comisión de Plan de Estudios de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo ha tenido en cuenta los siguientes textos legales y documentos que regulan y orientan la elaboración del Plan de Estudios del Grado:

- _ Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (LOU).
- _ Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades.
- _ Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- _ Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las Universidades del Suplemento Europeo al Título.
- _ Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias.
- _ Real Decreto 1742/2003, de 19 de diciembre, por el que se establece la normativa básica para el acceso a los estudios universitarios de carácter oficial.
- _ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
- _ Estatutos de la Universidad de Vigo.

Además se han utilizado otros documentos de interés que ha tomado en consideración la Comisión:

- _ La Educación y la Formación – Enseñar y aprender – hacia la sociedad cognitiva – Libro Blanco. Resumen. COM (95) 1 y 2. Comisión de las Comunidades Europeas. (1995)

_ Memorándum sobre el aprendizaje permanente. 1 y 2. SEC. Comisión de las Comunidades Europeas.(2000).

_ Guía de apoyo para la elaboración de la memoria para la solicitud de verificación de Títulos oficiales (Grado y Máster)

_ Protocolo de evaluación para la verificación de Títulos universitarios oficiales (Grado y Master).

Para aclarar algunos aspectos de redacción concreta del Plan nos hemos servido de otros documentos de apoyo:

_ Presentaciones explicativas del Programa Verifica (disponibles en http://www.aneca.es/active/active_verifica_pre.asp):

_ El estudio “Adaptación de los Planes de Estudio al Proceso de Convergencia Europea”, dirigido por Mario de Miguel Díaz, subvencionado por el Programa de Estudios y Análisis del MEC.

_ Además de estos documentos, la Comisión ha tenido en cuenta las directrices de los órganos de gobierno de la Universidad de Vigo.

- **Descripción de los procedimientos de consulta externos**

Durante la realización de la memoria se ha estado en contacto con diferentes grupos externos a la Universidad interesados en el título. El objetivo es conocer sus opiniones, sugerencias y consejos sobre diversos aspectos.

Como ya hemos indicado en el epígrafe anterior, los contactos con empresas, organismos e instituciones han sido habituales ya que, en definitiva son los que ofrecerán buena parte de los puestos de trabajo a los nuevos titulados.

Dentro de estas consultas en el exterior, se ha contado con los antiguos profesores y alumnos de la Escuela de Empresariales, ya que reúnen en una misma persona su experiencia exterior y su vinculación con el Centro.

También se han realizado consultas con estudiantes actuales.

Una vez finalizada la propuesta de plan de estudios se le hizo llegar a los contactos externos para solicitar su opinión y su apoyo, si así lo consideraban oportuno, como aval del proceso de elaboración del Grado en Comercio.

A todo ello debemos añadir que la elaboración del Grado en Comercio que aquí presentamos se basa en el trabajo previo desarrollado desde el año 2003 cuando las Escuelas de Empresariales de toda España representadas en la Conferencia de Directores de Escuelas deciden trabajar de forma conjunta para desarrollar los futuros Grados a impartir.

A lo largo de las diversas reuniones de la Conferencia de Directores de Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales que se producen durante de los años 2003 y 2004 va tomando forma la Red del Grado en Comercio (REDCOM, asimilada a la Red de Ciencias Empresariales RECEM – ver www.euce.ua.es/recem), del que son miembros la mayor parte de la Escuelas de Empresariales de España. Destacan por su participación activa las Escuelas de La Coruña, Vigo, Oviedo, Jovellanos de Gijón, Bilbao, Vitoria-Gasteiz, la Escuela de la Cámara de Comercio de Bilbao, Zaragoza, Huesca, Valladolid, Soria, Sabadell, Alicante, Sevilla, Málaga, Melilla, Ceuta, Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas y Madrid.

El objetivo de esta Red es desarrollar de forma coordinada el plan de estudios del nuevo Grado y la adquisición de competencias por parte de los estudiantes. Para ello se consideraron las aportaciones de las diferentes Escuelas que forman parte de REDCOM y se pidió opinión a empresas y colegios profesionales sobre la conveniencia de implantar este tipo de estudios en España y cual debería ser el perfil de los mismos y las competencias y habilidades que debería adquirir los alumnos que cursaran estos estudios. Las sugerencias fueron recogidas por la Comisión Permanente de la Conferencia de Directores de E. U. de Estudios Empresariales que ordenó las propuestas las propuestas de asignaturas, armonizando las que eran de contenido similar, aunque el nombre pudiera variar, y se fueron recopilando las diversas propuestas sobre los objetivos y competencias.

Posteriormente, se pidió a agentes externos que valoraran estas propuestas, contando con la presencia de los representantes nacionales de los Colegios de Titulados Mercantiles y Empresariales y de Agentes Comerciales que participaron con regularidad en todas las reuniones de la Comisión Permanente. También se consultó a diversas empresas e instituciones, a las que una vez hechas las consultas se les pidió un certificado de apoyo al Título.

Con las propuestas de los diversos Centros y las recomendaciones de los agentes externos la Comisión Permanente elaboró una propuesta sobre objetivos, competencias y asignaturas que fue debatida en dos plenos de la Reunión de Directores celebrados en Madrid Valladolid en el año 2007.

La Red de Grado Europeo en Comercio se creó en Alicante en septiembre de 2005 con el objetivo de adaptar esta titulación, que ya se estaba impartiendo en países como Francia y Portugal, a las directrices emanadas de Bolonia y favorecer su implantación en el resto de los países de la Unión Europea. En ella participaron Universidades de seis países europeos, además de España y se llegó a acuerdos de principio para desarrollar una carrera cuyos alumnos pudieran estudiar en diferentes países y cuyo diploma fuese reconocido en el ámbito del Espacio Europeo de Educación Superior.

En un principio constituyeron esta Red las E. U. de Ciencias Empresariales de las Universidades de Vigo, Valladolid, Complutense de Madrid, Málaga, País Vasco, Alicante, Sevilla, Zaragoza (Escuelas de Zaragoza y Huesca) Oviedo (Escuelas de Oviedo y de Gijón) y Pompeu Fabra, además de Universidad de Nápoles Federico II (Italia), Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal), IUT de Annecy de la Universidad de Savoia

(Francia), La Internacional Business School de la Hanze University Groningen (Países Bajos) y Centro de Estudios Superiores Felipe II de Aranjuez.

Posteriormente, en el año 2007, se incorporaron a esta Red las E. U. de Estudios Empresariales de las Universidades de Granada (E. U. de Ciencias Sociales de Melilla), País Vasco (E. U. de Ciencias Empresariales de Vitoria-Gasteiz), La Laguna, La Coruña, Valladolid (E. U. de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria), ESC Bretagne Brest (Francia) y la IUT de la Universidad Montesquieu de Bordeaux (Francia). También estuvieron presentes representantes de las Universidades de Tras-os-Montes e Alto Douro (Portugal), Southampton Institute (UK), Leuven (Bélgica), Katho (Bélgica), Avans Hogeschool (Países Bajos), École Supérieure de Commerce de Troyes (Francia), IUT Le Havre (Francia), École Supérieure de Commerce de Pau (Francia) y Université Nancy II (Francia).