ESCUELA COMPLUTENSE de VERANO

Memoria

2026

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

FUNDACIÓN COMPLUTENSE



Sumario

CARTEL 3

INTRODUCCIÓN 4

DATOS ACADÉMICOS 6

- Datos académicos 7
- Número de estudiantes por país 8

BECAS Y SERVICIOS 10

PROFESORADO 11

PROGRAMACIÓN 13

- Distribución por áreas temáticas 14
- Alumnos matriculados 15

EVALUACIÓN GENERAL 17

INFORME DE DIFUSIÓN 19

- Información General 20
- Difusión ECV 2026 21
- Medios pagados 22
- Medios orgánicos 25
- Clipping medios 28

ACTOS ACADÉMICOS 30

- Acto de inauguración 31

RESUMEN 32

PATROCINIO 34

GALERÍA 36

Cartel

Enrique Fernández Vázquez

Ganador
del concurso de diseño del cartel de la
Escuela Complutense de Verano 2026



Introducción



La Escuela Complutense de Verano (ECV) nació con una vocación objetiva de permanecer en el tiempo bajo un mismo formato académico, de modo que los alumnos puedan elegir cursos que se mantienen en años sucesivos dentro de la variada programación que ofrecemos, sin perjuicio de la adaptación de estos en las nuevas ediciones. Además, se trata ya de un referente estable y significativo en la oferta educativa estival, basándose fundamentalmente en la conjunción de la formación académica teórica y práctica del alumnado.

La edición de 2026 ha tenido lugar del 6 al 24 de julio, con un contenido de 28 cursos especializados, distribuidos en 4 bloques temáticos. De este modo, los alumnos han podido optar a cursos específicos sobre Salud, Ciencias Experimentales, Ciencias Sociales y Humanidades.

Los cursos, han estado dirigidos tanto a alumnos universitarios como a profesionales de toda España y del resto del mundo. Precisamente, la ECV fue concebida también como un punto de encuentro universitario entre España y Latinoamérica, donde estudiantes con una lengua común pudieran compartir conocimientos y enriquecerse con el intercambio de experiencias propias de cada cultura.

La ECV 2026 registró una matrícula inicial de 560 alumnos participando finalmente 536. Del total de alumnos 442 fueron latinoamericanos, 86 españoles y 8 de otros países, de los que 66 cursan sus estudios actualmente en la Universidad Complutense de Madrid (UCM). En total han participado estudiantes de 28 nacionalidades. En cuanto a la distribución por género, la mayoría de los estudiantes fueron mujeres, un año más, 364 frente a los 172 hombres.

La Universidad Complutense de Madrid reconoce para la ECV 5 créditos ECTS (European Credit Transfer System) de grado, que supone para el alumno complutense un valor añadido en el conjunto de su currículo universitario.



El número total de becas concedidas fue de 474: 3 becas del 100 % de matrícula, 4 becas para alumnos con discapacidad, 66 becas para alumnos y personal de la UCM, 250 becas para alumnos en general, 59 becas Fundación Carolina y 92 becas de alojamiento.

Respecto al personal docente hablamos de un total de 259 profesores que han impartido clases en esta edición, siendo 140 docentes complutenses y 119 docentes no complutenses.

Gracias a la colaboración de las entidades patrocinadoras, muchos de los alumnos han podido disfrutar de las citadas becas y han permitido a la UCM, una edición más, contribuir a una gran labor social de cooperación internacional, en la que cada día está más implicada.



Datos

ACADÉMICOS

Datos académicos

Siguiendo la línea académica establecida, los cursos programados para esta vigésimo quinta edición han estado dirigidos a alumnos universitarios y graduados de toda España y del resto del mundo.

En términos generales, los alumnos debían cumplir el requisito de haber realizado las pruebas de acceso a la Universidad, además de cumplir el perfil de entrada que marcaba cada curso.

En el conjunto de la ECV participaron finalmente **536 alumnos,** de los cuales 86 eran españoles y **450 extranjeros**. En total fueron **28 nacionalidades** representadas.

Destaca que **364 eran mujeres** y **172 hombres**.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
ESPAÑA	266	282	243	208	133	236	92	56	72	42	86
LATINOAMÉRICA	783	736	796	842	138	406	417	486	551	435	442
EUROPA	11	24	12	18	7	13	8	6	15	2	6
OTROS	17	11	19	13	4	8	7	10	12	6	2
TOTAL	**1077**	**1053**	**1070**	**1081**	**282**	**663**	**524**	**558**	**650**	**485**	**536**

Estudiantes por países

ARGENTINA	BÉLGICA	BOLIVIA	BRASIL	CANADÁ	CHILE	CHINA	COLOMBIA
18	1	1	3	1	17	1	59

COSTA RICA	CUBA	ECUADOR	ESLOVAQUIA	ESPAÑA	FRANCIA	GUATEMALA	ITALIA
3	2	49	1	86	1	1	1

MÉXICO	NICARAGUA	PANAMÁ	PARAGUAY	PERÚ	PUERTO RICO	REPÚBLICA DOMINICANA	RUMANÍA
239	2	2	2	29	3	3	1

RUSIA	EL SALVADOR	URUGUAY	VENEZUELA
1	2	3	4

TOTAL GENERAL

536





Becas

Y SERVICIOS

Becas y servicios

TIPO DE BECAS	CONCEDIDAS
Generales	250
Estudiantes y personal de la UCM	66
Matrícula gratuita	3
Discapacidad	4
Fundación Carolina	59
Alojamiento	92
TOTAL	**474**





Profesorado

Datos académicos del profesorado

ESCUELAS	Horas lectivas totales	Total profesores	Profesores UCM	Profesores no UCM	Carga lectiva profs. UCM	Carga lectiva profs. no UCM	% Carga lectiva profesores UCM	% Carga lectiva profesores no UCM
Ciencias de la Salud	375	38	26	12	294	81	78,40	21,60
Ciencias Experimentales	300	26	20	6	259	41	86,33	13,67
Ciencias Sociales	1200	155	80	75	753,5	446,5	62,79	37,21
Humanidades	258	40	14	26	107,25	150,75	41,57	58,43
Total	**2133**	**212**	**140**	**119**	**1413,75**	**719,25**	**66,28**	**33,72**

TOTAL PROFESORADO: 259 TOTAL HORAS LECTIVAS: 2133





Programación

Distribución por áreas temáticas

La programación de la **XXV edición** se configuró, un año más, conforme a las propuestas de cursos recibidas en la Fundación Complutense para la Escuela Complutense de Verano. Se presentaron más de **70 solicitudes** de cursos de los que fueron aprobadas por la comisión académica de la Escuela 38, quedando así configurada la programación para el año 2026. La ECV se articuló en cuatro áreas temáticas que recogieron el conjunto total de los cursos.



Alumnos matriculados

Código	CURSOS	ALUMNOS
A01	Cultivo de células animales y humanas: aplicaciones en medicina regenerativa	20
A02	Curso de técnica de disección anatómica. Aparato locomotor	22
A03	Dificultades infantojuveniles en el aprendizaje	12
A04	Fundamentos de neuropsicología para el trabajo en contextos clínicos y educativos	23
A06	Tratamientos eficaces en la psicopatología de las emociones, estrés y salud	25
B01	Big Data. Análisis de datos y aprendizaje automático con Python	20
B02	Biotecnología en la empresa agroalimentaria	11
B05	Herramientas de IA aplicadas e inclusivas	16
B07	Tendencias actuales en Inteligencia Artificial	13
C01	Abogacía y comunicación verbal: técnicas de argumentación para un discurso jurídico convincente	12
C02	Agenda territorial del siglo XXI: una mirada geográfica a Europa y América Latina frente a los grandes desafíos globales	14
C04	Asesoría política a gobiernos y administraciones públicas: organizaciones y partidos políticos	33
C05	Creación y desarrollo de pequeñas empresas	11
C06	Creatividad e innovación en comunicación digital y redes sociales	32
C07	Desarrollo de competencias directivas y de liderazgo	25

Alumnos matriculados por áreas temáticas

Código	CURSOS	ALUMNOS
C09	Dirección y gestión de proyectos (PMP)	24
C10	Dirección y gestión financiera de la empresa	17
C11	Gestión inmobiliaria y urbanismo	25
C12	Herramientas para la captura, análisis y visualización de Big Data geolocalizado: Web Scraping, SIG, drones y estadística espacial	13
C13	Inteligencia Artificial, ODS y liderazgo: estrategias y herramientas para las organizaciones	19
C14	Litigación, mediación y arbitraje como sistemas de resolución de conflictos empresariales	15
C16	Metodologías participativas para políticas públicas e iniciativas comunitarias	19
C17	Neuromarketing y experiencia de usuario (UX)	14
C18	Nuevas fronteras en Educación: Implementación de IA para la mejora del aprendizaje	20
C20	Políticas publicas para el desarrollo sostenible en un contexto global en disputa	13
D01	Del papel a la estampa. Elaboración de papel, grabado en relieve, serigrafía y técnicas de conservación y montaje de obra gráfica	13
D03	Gestión de proyectos culturales	42
D04	Retórica y oratoria: persuadir a través de la palabra y el gesto	13
	Total general	536



Evaluación

GENERAL

Evaluación General

Como viene siendo habitual, se ha realizado una evaluación del programa de cursos de la Escuela, donde se han recogido 214 respuestas. Los estudiantes han contestado a las preguntas sobre el desarrollo de y los resultados percibidos en cuanto a los contenidos del programa, metodología didáctica, profesorado, materiales, etc. Adicionalmente, y con interés para futuras ediciones, también se ha dado a cumplimentar una encuesta similar a el profesorado. Se recogieron las valoraciones de 103 docentes en las que se daba a valorar organización, duración, medios disponibles, apoyo, satisfacción, etc.

Se trata de indicadores de valoración subjetiva, donde se eligen una serie de factores que son puntuados por los alumnos sobre una escala de 1 a 5. La puntuación global de la Escuela ha aumentado situándose en 4,92 (docentes) y 4,56 (alumnos) sobre 5.

Ante los resultados obtenidos podemos concluir que la Escuela sigue contando con un alto nivel de satisfacción, por encima del 4,5 sobre 5, tanto entre docentes como entre el alumnado participante.





Informe

DE DIFUSIÓN

Información General

Los cursos se celebraron del **6 al 24 de julio**.

Se celebraron **28 cursos**.

- Han participado **536 estudiantes** y **259 docentes**.
- En total, **75 horas de formación** en cada curso.
- Impartidos de forma presencial los **28 cursos**.

Los cursos han estado dirigidos a estudiantes universitarios, graduados, doctorandos y profesionales tanto nacionales como internacionales; de hecho, esta oferta formativa se caracteriza por el alto porcentaje de alumnos extranjeros que se matriculan cada año, especialmente de los países de Latinoamérica.

La convocatoria de la ECV se abrió en el mes de octubre del 2025 entre el profesorado de la UCM recibiéndose más de 70 propuestas.

La matrícula para el alumnado quedaba abierta desde finales de enero hasta principios del mes de julio.

Esta actividad estival, desarrollada en esta edición en su totalidad de forma presencial, contó una edición más con la colaboración de Fundación Carolina.



Difusión ECV 2026

El presente informe de difusión en redes sociales de la **Escuela Complutense de Verano 2026** recoge los resultados de las estrategias implementadas para promocionar su oferta formativa, dirigida a estudiantes de grado, posgrado y doctorado, así como a profesionales de diversas áreas.

Con el objetivo de alcanzar tanto al público nacional como al internacional, la campaña combinó acciones de **medios pagados y orgánicos** en diferentes plataformas digitales. En concreto, se utilizó **Programática, Instagram y LinkedIn** para incrementar la visibilidad de la oferta formativa y llegar de manera efectiva a los diferentes públicos objetivo.

La campaña de medios pagados se estructuró en **dos fases**, adaptando la comunicación a las distintas etapas de la convocatoria. La primera, desarrollada del **14 al 31 de mayo de 2026**, se centró en la difusión de las **becas de matrícula y alojamiento.** La segunda fase, del **31 de mayo al 30 de junio de 2026**, estuvo orientada a la **promoción de las matrículas.**

De forma complementaria, las acciones orgánicas contribuyeron a reforzar la presencia y notoriedad de la Escuela en redes sociales. El uso del hashtag **#ECV26** fue un elemento central para favorecer la visibilidad de los contenidos, facilitar su identificación y fomentar la interacción de la comunidad en torno a las actividades de la Escuela Complutense de Verano.

El informe presenta las principales **métricas y resultados obtenidos** en las diferentes plataformas, con especial atención a indicadores como el alcance, las impresiones y la interacción, permitiendo valorar el impacto de las acciones desarrolladas y el grado de consecución de los objetivos de difusión de la campaña.



Medios pagados

Teniendo en cuenta el público objetivo y el presupuesto disponible en esta campaña se utilizaron tres plataformas diferentes para aumentar el awareness: **Programática**, **Instagram y LinkedIn.**

Esta edición de la Escuela Complutense de Verano, como las anteriores, mantuvo el formato presencial en el Campus de Moncloa, se han tenido en cuenta estos aspectos la segmentación geográfica:

Latinoamérica (Monterrey, Ciudad de México, Ciudad de Panamá, Santiago, Montevideo, San José, Buenos Aires, Lima, Medellín, Quito, Bogotá). España (Comunidad de Madrid, Castilla La Mancha y Castilla y León).

Esta campaña ha cumplido el objetivo global y lo ha superado en un 22%:

- Impresiones objetivo: **1.520.000 imp**.
- Impresiones logradas: **1.837.768 imp**.
- % cumplimiento: **120%**

A continuación, se analizarán los resultados obtenidos en cada línea de campaña.





PROGRAMÁTICA

La campaña de publicidad programática, que incluyó banners para la promoción de la Escuela Complutense de Verano, superando el objetivo inicial.

En Latinoamérica, la campaña ha concentrado el mayor volumen de impresiones en medios como Semana, Blu Radio, Infobae y Aristegui Noticias, destacando especialmente Blu Radio y El Universal por su capacidad de interacción. En España, la campaña ha logrado una notable presencia en sitios de referencia como El Mundo, ABC, El Confidencial, Cadena SER y El País, mientras que 20 Minutos, Libertad Digital y El Confidencial han registrado los mejores resultados en términos de interacción.

Periodo de campaña: 14/05/2026 - 31/05/2026

300.000	464. 714	154%
Impresiones objetivo	Impresiones logradas	Porcentaje cumplimiento

Periodo de campaña: 31/05/2026 - 30/06/2026

500.000	525. 144	105%
Impresiones objetivo	Impresiones logradas	Porcentaje cumplimiento

Medios pagados

INSTAGRAM

La campaña desarrollada en **Instagram** ha contribuido a dar visibilidad tanto a las **becas de alojamiento y matrícula** como al **periodo de matriculación** de la Escuela Complutense de Verano. En términos globales, la acción ha superado el objetivo de impresiones previsto, alcanzando un total de **394.413 impresiones**, lo que supone un **106 % de cumplimiento**, y llegando a **206.829 personas**, con una frecuencia media de **1,91 impactos por usuario.**

En cuanto al **perfil de la audiencia**, la mayor concentración de resultados se situó en el segmento de **18 a 34 años**, confirmando la afinidad de la campaña con un público joven y adulto joven. La distribución por género presentó algunas diferencias según el mercado: en **España**, predominó el público masculino, que representó el **66 %** de los resultados, mientras que en **LATAM** la distribución fue más equilibrada, con un **56 % de hombres y un 44 % de mujeres.**

Periodo de campaña: 14/05/2026 - 31/05/2026

200.000	212. 953	106%
Impresiones objetivo	Impresiones logradas	Porcentaje cumplimiento

Periodo de campaña: 31/05/2026 - 30/06/2026

370.000	394. 413	106%
Impresiones objetivo	Impresiones logradas	Porcentaje cumplimiento





Medios pagados



LINKEDIN

La actividad desarrollada en **LinkedIn** ha contribuido a reforzar la visibilidad de la **Escuela Complutense de Verano** tanto en España como en los principales mercados de Latinoamérica. En términos globales, se han generado **más de 240.000 impresiones**, superando los objetivos de difusión previstos y ampliando la cobertura de la oferta formativa entre públicos profesionales.

A nivel geográfico, la difusión en **Latinoamérica** se concentró principalmente en **Colombia, México, Argentina, Perú y Chile**, mientras que en **España** destacó especialmente la Comunidad de Madrid. Esta distribución permitió reforzar la presencia de la Escuela en mercados estratégicos y ampliar el alcance de la campaña entre potenciales estudiantes y profesionales.

En cuanto al perfil de la audiencia, la campaña alcanzó a profesionales vinculados a áreas como **Operaciones, Educación, Administración, Ventas y Desarrollo Empresarial**, perfiles especialmente afines al ámbito formativo y profesional de la Escuela. Asimismo, la difusión permitió llegar a personas situadas en diferentes etapas de su trayectoria profesional, desde perfiles sin experiencia hasta profesionales con experiencia.

Periodo de campaña: 14/05/2026 - 31/05/2026

50.000	**115. 249**	**230%**
Impresiones objetivo	Impresiones logradas	Porcentaje cumplimiento

Periodo de campaña: 05/06/2026 - 30/06/2026

100.000	**125. 295**	**125%**
Impresiones objetivo	Impresiones logradas	Porcentaje cumplimiento

Medios orgánicos

Para la promoción en medios orgánicos se utilizaron las siguientes plataformas: Instagram, MDirector, Facebook, LinkedIn, X y YouTube. Se empleó el hashtag “#ECV26” con el objetivo de aumentar la visibilidad del evento, facilitar la participación del público en conversaciones digitales y centralizar el contenido generado por los usuarios.

INSTAGRAM

Con un total de 29 publicaciones, se han logrado 7.940 “me gusta” y 227 comentarios, lo que supone una media de aproximadamente 273 “me gusta” y 7 comentarios por publicación. Además, 4.140 publicaciones han sido guardadas, alcanzando un total de 230.547 cuentas, con una media de 7.949 cuentas alcanzadas por publicación. También se obtuvieron 489.3521 impresiones totales, con 583 clics en enlaces externos y 15.227 interacciones en general.



FACEBOOK

En Facebook se realizaron 15 publicaciones que generaron 4.221 “me gusta”, 101 comentarios y fueron compartidas 2731 veces. Esto significa que en promedio cada publicación obtuvo alrededor de 281 “me gusta”, 7 comentarios por publicación y fue compartida 182 veces. Además, ha tenido un alcance de 9.382 cuentas, impresiones 239.321, clics 120, interacciones totales 8.922.



Medios orgánicos

YOUTUBE

En cuanto a los Shorts de YouTube, se publicaron 4, obteniendo 6 “me gusta”, y alcanzando 1.000 visualizaciones, lo que supone un promedio de 166 visualizaciones por short. En cuanto a los videos largos, se publicaron 2 vídeos que generaron 5 “me gusta”, 0 “no me gusta”, 2 comentarios y un total de 184 visualizaciones, con un promedio de 92 visualizaciones por video.





E-MAIL

Se enviaron 5 invitaciones, logrando 11.229 envíos, 5.674 aperturas y 1.931 clics, lo que representa una tasa de apertura considerable y una alta interacción. Además, se enviaron 24 boletines, con 244.7816 envíos, de los cuales 203.355 fueron abiertos (83,1% de tasa de apertura), y se obtuvieron 22.518 clics, con una tasa de clics del 9,2%.



LINKEDIN

En LinkedIn se realizaron 19 publicaciones que lograron 98.588 impresiones y 7.619 interacciones, con una tasa de interacción del 9,54%. Además, se obtuvieron 6.757 clics, lo que representa un porcentaje de clics del 8,01%. Las publicaciones generaron un alcance de 64.419 cuentas.



PODCAST - LA COMPLUSFERA

En el marco de las acciones de difusión de la **Escuela Complutense de Verano 2026**, se incorporó como iniciativa destacada la participación de la directora de la Escuela en **el primer episodio de la quinta temporada del podcast La Complusfera.** Este episodio estuvo dedicado a dar a conocer la oferta de la Escuela, con especial atención a las **becas de matrícula y alojamiento**, así como al **periodo y proceso de matriculación**.

A través de este formato, se ofreció información de interés para potenciales estudiantes, acercando las oportunidades formativas de la Escuela a un público más amplio y reforzando la difusión de la convocatoria mediante un canal de comunicación complementario a las redes sociales y otros medios digitales.

El episodio fue distribuido a través de Spreaker, plataforma desde la que los podcasts de la Fundación Complutense de Madrid se difunden en diferentes servicios de audio, entre ellos Apple Podcasts, Spotify e iHeartRadio.



X

En el perfil de **X de la Fundación Complutense (@fundacionucm)** se llevaron a cabo diferentes publicaciones destinadas a reforzar la difusión de la Escuela Complutense de Verano 2026. Los contenidos, acompañados del hashtag **#ECV2026**, permitieron ampliar la visibilidad de la convocatoria y facilitar el acceso a información relevante sobre la Escuela y su oferta formativa.

En términos de resultados, las publicaciones alcanzaron un total de **27.800 impresiones** y generaron **542 interacciones.** Entre las principales acciones registradas destacan 256 me gusta, 139 reposts y 31 guardados, reflejando un nivel de participación e interés por parte de la comunidad. El perfil contaba con **6.607 seguidores**, contribuyendo esta actividad a reforzar la presencia y notoriedad de la Escuela Complutense de Verano en la plataforma.



Clipping medios

Haz clic en cada noticia





















Clipping medios

Haz clic en cada noticia



















Actos

ACADÉMICOS

Acto de inauguración

El acto de inauguración de la XXV edición de la ECV tuvo lugar el día 6 en el Anfiteatro Ramón y Cajal de la Facultad de Medicina. En este acto intervinieron el rector de la Universidad Estatal de Milagro, Fabricio Guevara Viejó, la vicerrectora de Cultura, Deporte y Extensión Universitaria, Isabel María García Fernández, la directora de la Escuela Complutense de Verano, Natalia Abuín Vences, la viceconsejera de Universidades, Investigación y Ciencia de la Comunidad de Madrid, Mirina Cortés Ortega, el rector de la Universidad Complutense de Madrid, Joaquín Goyache Goñi y Erika Rodríguez Pinzón, directora de Fundación Carolina quien impartió la conferencia inaugural: *La generación decisiva: juventud, educación y futuro en América Latina*.

Tras el acto académico se sirvió un cóctel en la primera planta de la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense.








ESCUELA de VERANO COMPLUTENSE
ESCUELA COMPLUTENSE DE VERANO
INAUGURACIÓN
6 de julio de 2026
FUNDACIÓN COMPLUTENSE

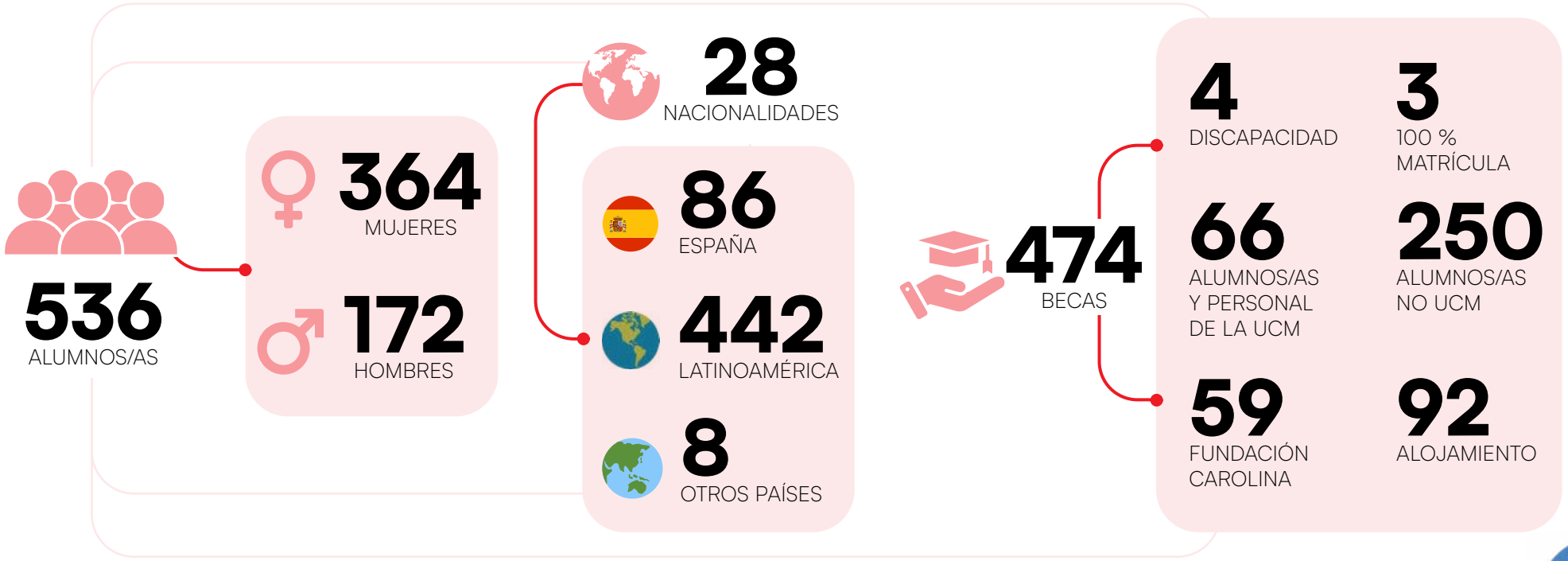
Resumen

Resumen

28
CURSOS PRESENCIALES

Durante la XXV edición de la ECV se han celebrado 28 cursos presenciales. Los cursos más destacados, teniendo en cuenta el número de alumnos asistentes, fueron:

- D03 Gestión de proyectos culturales
- C04 Asesoría política a gobiernos y administraciones públicas: organizaciones y partidos políticos
- C06 Creatividad e innovación en comunicación digital y redes sociales
- C11 Gestión inmobiliaria y urbanismo
- C07 Desarrollo de competencias directivas y de liderazgo
- A06 Tratamientos eficaces en la psicopatología de las emociones, estrés y salud
- C09 Dirección y gestión de proyectos (PMP)
- A04 Fundamentos de neuropsicología para el trabajo en contextos clínicos y educativos





Patrocinio

Patrocinio

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

Fundación Carolina

UNEMI UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UDEM

Tecnológico de Monterrey

CUC UNIVERSIDAD DE LA COSTA

Universidad Técnica de Ambato

UVAQ UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

FACULTAD LIBRE DE DERECHO DE CHIAPAS

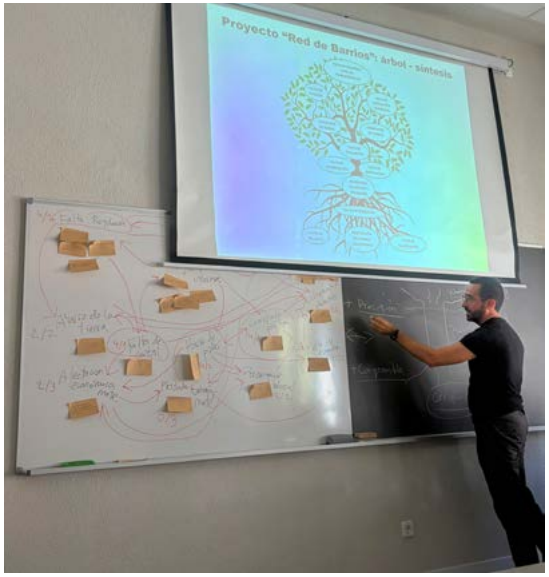


Galería

Galería






Proyecto "Red de Barrios": árbol - síntesis


A LA FUERZA


Participación Alcobendas

Galería




REDEFINING REALITY THROUGH AI




FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Universidad Complutense de Madrid
2026






UCM

Galería



















Galería





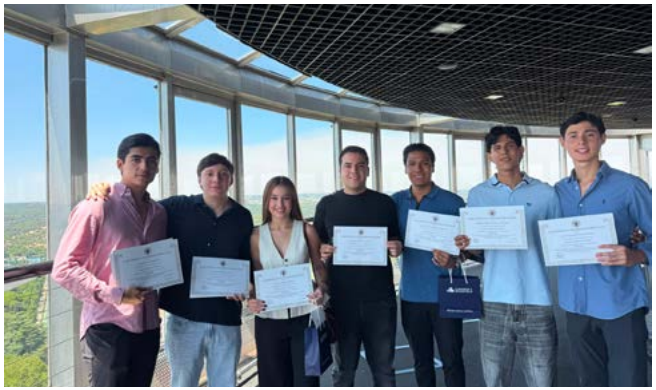



FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA INFORMACIÓN


Metro
Banco de España







Galería













Galería


FACULTAD DE EDUCACION
CENTRO DE FORMACION DEL PROFESORADO









ESCUELA COMPLUTENSE de VERANO

www.fundacioncomplutense.es/ecv