



EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL,
CULTURAL Y ECONÓMICO DE LA
UNIVERSIDAD DE HUELVA EN SU PROVINCIA

INFORME EJECUTIVO

Estudio realizado bajo encargo del
Consejo Social de la Universidad de Huelva

COORDINACIÓN

Dr. J. Andrés Domínguez-Gómez
Dra. Celia Sánchez-López

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN Y TEXTOS

Dr. J. Andrés Domínguez-Gómez, Dpto. Sociología, Trabajo Social y Salud Pública
Dra. Teresa González Gómez, Dpto. Sociología, Trabajo Social y Salud Pública
Msc. Aleix Morilla Luchena, Dpto. Sociología, Trabajo Social y Salud Pública
Msc. Nazaret Navas Riojano, EISmethods SL
Dr. Hugo Pinto, Centre for Social Studies (Univ. Coimbra) – Univ. Algarve (Portugal)
Antonio J. Moreno Moreno, Sintering SL
Dra. Celia Sánchez-López, Dpto. Economía

SOPORTE TÉCNICO*

Sintering SL
www.sintering.es
sintering@sintering.es

EISmethods SL
www.eismethods.com
info@eismethods.com

**Sintering y EISmethods son empresas de base tecnológica, spin-offs de la UHU*

CONTENIDO

- 4** Presentación
- 5** Introducción y objetivos
- 6** Notas metodológicas
 - 6** Metodología de análisis de impacto
 - 7** Metodología cualitativa
 - 8** Metodología cuantitativa
- 9** Marco teórico de referencia
- 10** Análisis socio-cultural del impacto de la Universidad de Huelva en la provincia
 - 10** Análisis de percepción de los actores sociales al respecto de la Universidad
 - 11** Tipología y descripción de cambios acaecidos en la sociedad local (provincial) que los actores atribuyen a la Universidad
 - 12** Aspectos relativos a las relaciones de la Universidad con los actores
 - 13** Relaciones para el desarrollo
 - 14** Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades
- 18** Estimación del impacto económico de la Universidad de Huelva en la provincia
 - 18** Vector de demanda local de la Universidad
 - 19** Impactos económicos indirectos de la Universidad en la provincia
 - 20** Impactos económicos inducidos de la Universidad en la provincia
 - 21** Impacto económico total de la Universidad en la provincia
 - 22** Peso relativo de la Universidad en la provincia
- 23** Conclusiones y propuestas

PRESENTACIÓN

La Universidad no debe ser un ente aislado, al contrario, debe ser una institución abierta que trabaje para las personas teniendo siempre presente su vocación de servicio a la sociedad. A su vez, los Consejos Sociales son un órgano colegiado de gobierno y representación universitaria que, a través de sus miembros, debe canalizar la participación de la ciudadanía en la universidad. En otras palabras, debe representar los intereses sociales en la comunidad universitaria.

Dentro de estos esquemas de coparticipación y corresponsabilidad entre sociedad y universidad y teniendo siempre presente nuestra misión de fomentar y encauzar una relación fluida entre la institución académica y su entorno, desde el Consejo Social hemos puesto en marcha este Estudio que hoy presentamos sobre el impacto cultural, económico y social de nuestra Universidad en Huelva y su provincia.

El objeto que nos movió hace algunos meses a poner en marcha el estudio no fue otro que el de dar a conocer a ciudadanía y a las instituciones el impacto de la Universidad de Huelva desde su creación hace veinticinco años. Los que hemos conocido Huelva, tanto la ciudad como la provincia, antes de la creación de su Universidad, sabemos a ciencia cierta que el impacto de la Universidad ha sido enormemente positivo. Se trata ahora de cuantificarlo, de mostrarlo en su justa medida por medio de un análisis riguroso y profesional.

El estudio, con un coste de 20.000 €, ha sido financiado por el Foro de los Consejos Sociales de las Univer-

sidades Públicas de Andalucía, órgano en el que estamos englobadas las nueve universidades públicas de nuestra Comunidad Autónoma. El estudio se licitó mediante convocatoria pública destinada a miembros de la comunidad universitaria onubense; la Comisión de Valoración de este Consejo Social decidió adjudicarlo al proyecto presentado por la Dra. Celia Sánchez López, del Departamento de Economía, y el Dr. J. Andrés Domínguez Gómez, del Departamento de Sociología, Trabajo Social y Salud Pública, ESEIS. El estudio ha tenido un plazo de ejecución de 18 meses, haciendo coincidir su presentación con el XXV Aniversario de la Universidad de Huelva.

Cuantificar el valor añadido en Huelva y su provincia como consecuencia de la actividad desarrollada por la Universidad desde su constitución y valorar la contribución a la sociedad en los ámbitos cultural, educativo y social, incluso aquellos aspectos en el entorno que fuesen “no cuantificables”, son los objetivos básicos que sustentan este trabajo. También nos parece que este 2018, año en que se cumplen veinticinco años de vida de la Onubense, son el momento adecuado para cuantificar y hacer público el efecto de nuestra Universidad en su entorno.

Esperamos con ilusión que el estudio sea de interés y que contribuya a reforzar una relación fructífera y de confianza entre la sociedad onubense y su Universidad.

Miguel Palacios Gómez

Presidente del Consejo Social de la Universidad de Huelva.

Prudencio Escamilla Tera

Presidente/Coordinador del Foro de los Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía.

Huelva, diciembre de 2018.

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El interés por medir y cuantificar los resultados esperados de la actuación de las Administraciones Públicas ha dado lugar a la generalización de los estudios de impacto. Así, desde hace algunos años, esta metodología se aplica a la construcción de infraestructuras o la realización de eventos o actividades, tanto con posterioridad como con anterioridad al desarrollo de la actividad. La disponibilidad de un estudio de impacto permite, por un lado, justificar la inversión de dinero público, y por otro, ofrece una cuantificación de los resultados económicos que se van a generar a partir de dicha inversión.

En este sentido, desde los años 70 del siglo XX las universidades estadounidenses han ido aplicando progresivamente la metodología de estudio de impacto. Aunque esta metodología se empezó a aplicar en la universidad española en 2001, actualmente un gran número de ellas han llevado a cabo estudios de impacto en su territorio. Estos estudios muestran cómo las universidades constituyen un elemento generador de conocimiento que se difunde en el territorio, facilitando la innovación y la actividad empresarial; pero además las universidades se consideran un polo atractor de visitantes e inversiones que generan empleo y riqueza en el territorio en el que se encuentran asentadas.

De este modo, en este estudio se presentan los resultados de un estudio de evaluación de impacto social, cultural y económico de la Universidad de Huelva (en adelante UHU) en su provincia. En coherencia con la complejidad reconocida en el concepto de impacto, el trabajo se apoya en una metodología de investigación de carácter mixto, que pretende com-

patibilizar los elementos de análisis de impacto económico con metodologías cualitativas en el campo de las evaluaciones de impacto sociocultural.

El objetivo general de este estudio es valorar la contribución social y económica de la Universidad de Huelva a su entorno local. Este objetivo se concreta en:



1

Analizar la percepción que los diferentes actores sociales tienen de la Universidad en sus diferentes ámbitos de actuación (formación, investigación y transferencia de conocimiento).



2

Definir las relaciones mantenidas entre la Universidad y sus principales *stakeholders* en el territorio provincial.



3

Evaluar los efectos de la Universidad en su entorno social y cultural.



4

Cuantificar el impacto económico de la Universidad y el poder de atracción que ejerce hacia otros sectores económicos en la provincia.

NOTAS METODOLÓGICAS.

METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE IMPACTO

La metodología seguida en el presente estudio se apoya en métodos de investigación consolidados en el ámbito de la evaluación de impacto social y económico de la actividad de instituciones públicas y organizaciones sin ánimo de lucro. Se combinan diferentes metodologías de impacto, tanto cuantitativa como cualitativa, utilizándose tanto información secundaria procedente fundamentalmente de entidades públicas, como información primaria ad-hoc para este proyecto.

Ámbito territorial: provincia de Huelva
Periodo de referencia: 2017

METODOLOGÍAS

Metodologías cualitativas de análisis de contenidos y discursos y análisis DAFOs

Metodologías cuantitativas de análisis del gasto y modelos input-output

Enfoque de demanda a corto plazo

FUENTES PRIMARIAS DE INFORMACIÓN

Entrevistas a personal interno de la Universidad

Entrevistas a 12 expertos de diversas áreas de conocimientos tanto internos como externos a la Universidad

Entrevistas semiestructuradas a 25 representantes de los actores sociales con mayor frecuencia de relación con la UHU

Cuestionarios estructurados a 523 estudiantes de las diferentes titulaciones de la Universidad de Huelva

FUENTES SECUNDARIAS DE INFORMACIÓN

Información secundaria, literatura gris y bibliografía especializada, así como datos procedentes de organismos oficiales, entre los que destacamos:

- Instituto Nacional de Estadística. Padrón Municipal, Contabilidad Regional de España, Encuesta de Presupuestos Familiares, etc.
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía: Encuesta de Coyuntura Turística, Marco input-output, etc.
- Ministerio de Educación, Cultura y deporte, Educa-base, Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU)
- Universidad de Huelva, Portal de la Transparencia y consultas especializadas a servicios internos (sección de personal, sección de estudiantes, relaciones internacionales, etc.)

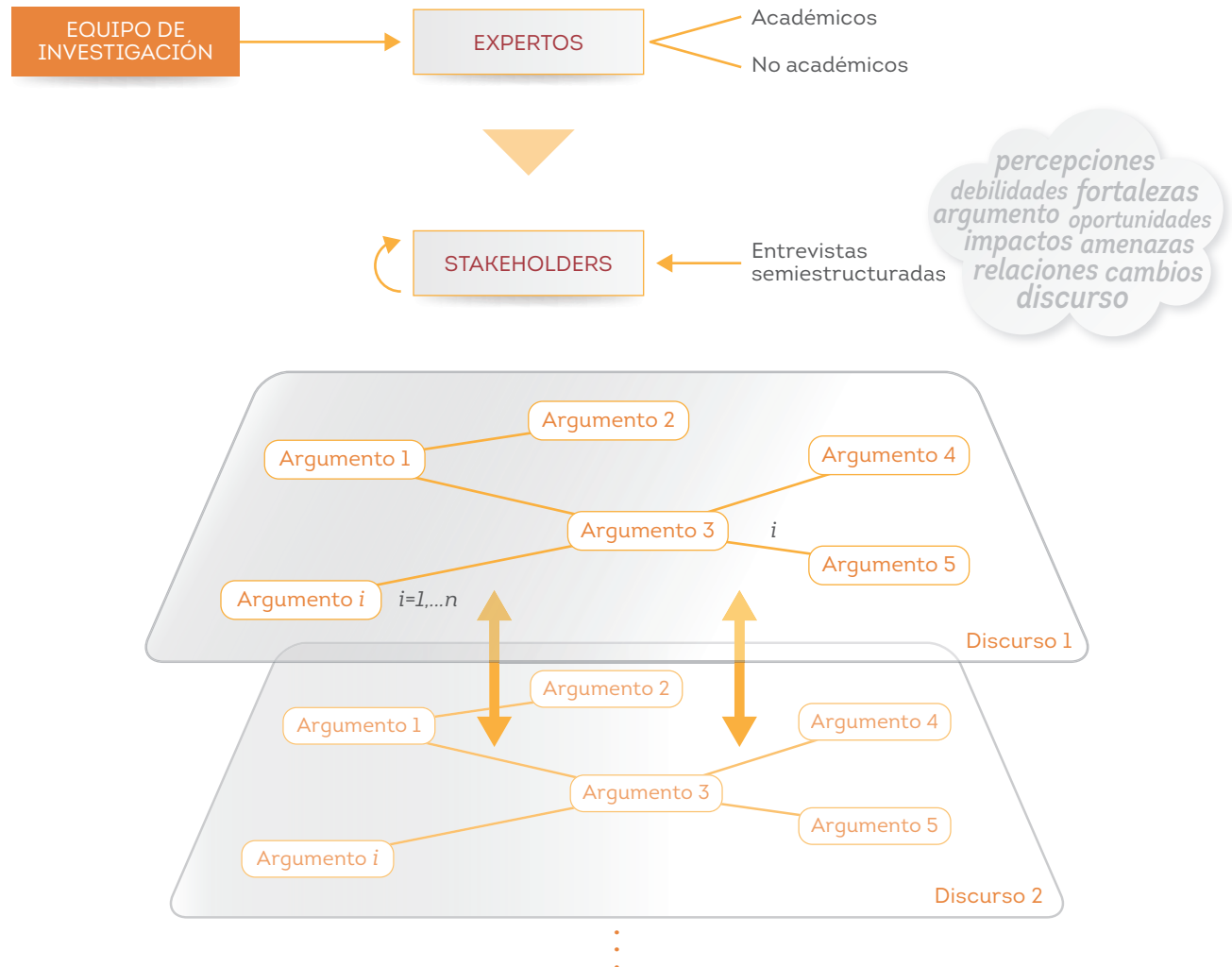
NOTAS METODOLÓGICAS.

METODOLOGÍA CUALITATIVA

ACTORES SOCIALES

Diputación Provincial, Ayuntamientos, empresas del sector agroalimentario, empresas del sector turístico, empresas del sector industrial, empresas del sector extractivo, empresas químicas-energéticas, empresas comercio, empresas sector del mar, empresas sector cultural, Junta Andalucía - Educación, Junta Andalucía - Medio Ambiente, Junta Andalucía - Economía e Innovación, Junta Andalucía, Cultura - Ministerio Educación y Ciencia, Tercer sector, asociaciones de empresas, sindicatos.

En la exposición de los resultados, el análisis de percepciones, como también el de impactos y relaciones sociales, se ha apoyado casi exclusivamente en metodología cualitativa, más adecuada para el abordaje y exploración de temáticas de alta complejidad, como es el caso.



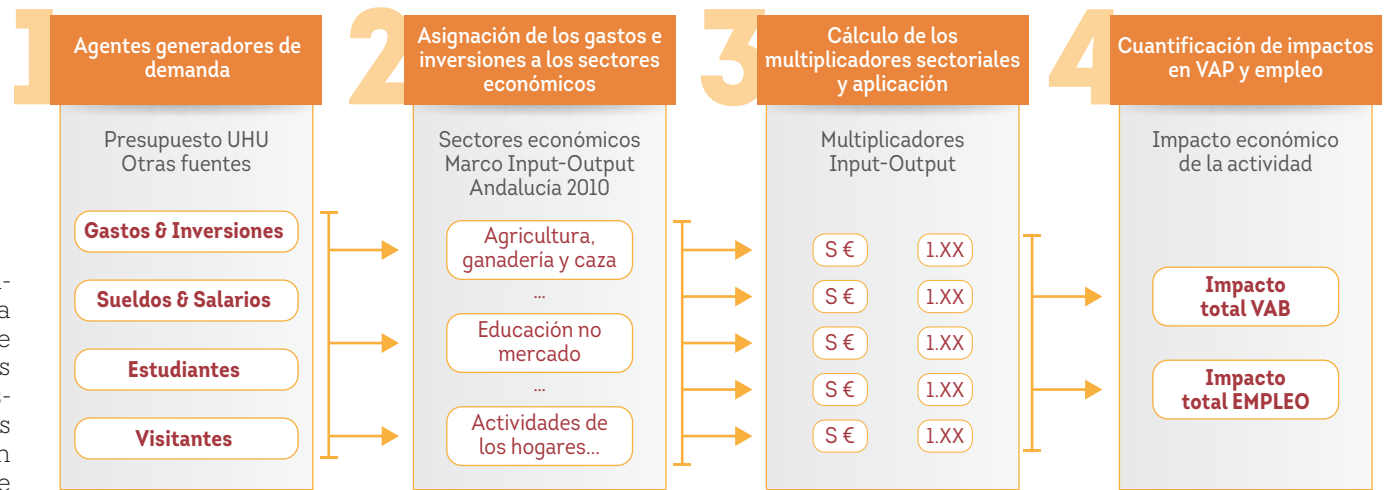
Fuente: Elaboración propia

NOTAS METODOLÓGICAS.

METODOLOGÍA CUANTITATIVA

A pesar de la existencia de un consenso generalizado sobre la importancia de las actividades que lleva a cabo la Universidad y sus efectos sobre el resto de la economía local, la cuantificación de estos efectos no es una tarea fácil (Duch et al. 2009). En este estudio, para el cálculo de los impactos económicos directos, indirectos e inducidos de la Universidad en la provincia de Huelva se ha seguido un enfoque de demanda o también denominado enfoque de efectos de arrastre hacia atrás. Bajo esta metodología se estiman los inputs que la Universidad consume (incluidos los gastos en inversión) para llevar a cabo su actividad. Una gran parte de esta demanda se dirige a proveedores locales que, a su vez, generan efectos de arrastre sobre otros proveedores locales. Así, mientras que la actividad productiva de la Universidad se cuantifica directamente por medio de la información procedente de su presupuesto, el cálculo de los impactos sobre el resto de sectores resulta más complejo, pues es preciso considerar no solo los gastos directos realizados por cada uno de los agentes relacionados con la UHU, sino también el impacto indirecto que estos gastos generan sobre el resto de sectores, así como los impactos inducidos, derivados del incremento del gasto de las familias que se produce tras aumentar las rentas generadas por los impactos directos e indirectos anteriores.

La estimación de estos impactos, medidos en términos de empleo y valor añadido bruto, se realiza por medio de la metodología input-output y se ofrecen los impactos económicos resumidos en tres tipos: impacto directo, que incluye tanto los gastos en bienes y servicios realizados por la propia Universidad como institucionales y necesarios para su funcionamiento, como los gastos en sueldos y salarios (de



PDI y PAS) y los gastos de los estudiantes y visitantes; impacto indirecto, derivado del efecto arrastre que genera los gastos de la Universidad sobre el resto de sectores económicos de la provincia; el impacto inducido, derivado de los gastos realizados por los y las trabajadores/as en bienes y servicios en su consumo diario.

Fuente: Elaboración propia

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La complejidad y la velocidad de cambio social y económico en la época contemporánea han impulsado el interés de las evaluaciones de impacto de proyectos, programas y políticas. Este fenómeno ha tenido reflejo en el ámbito académico pero también en el empresarial y en el político. En el ámbito académico, la producción teórica, metodológica y de estudio de casos se ha disparado desde los años 90. En el empresarial y en el político, las turbulencias económicas y otros procesos cohetáneos (globalización, tecnologías de la comunicación, nuevos productos y mercados emergentes...) han impuesto el interés por análisis y evaluaciones más amplias, que abarquen tanto aspectos “modelables” matemáticamente como aspectos más “blandos”, relacionados con percepciones subjetivas, modos de participación social, diversidad de posiciones y relaciones sociales, etc., que sean capaces de dar suficiente nivel de detalle a la información recopilada, para una posterior toma de decisiones eficiente.

En este contexto, la dificultad de medición de los impactos, su diversidad y multidimensionalidad, se plantea como un importante reto para los investigadores especializados en este campo. Pero al mismo tiempo, se trata de una necesidad cada vez más acuciante, donde los actores, para cumplir adecuadamente su función social, precisan conocimiento fiable y válido de su realidad inmediata. La velocidad de cambio social y la complejidad del contexto generan riesgos importantes relacionados con la

dificultad de adaptación a dicho cambio, especialmente para los actores institucionales de amplio tamaño relativo y fuerte arraigo social, como es el caso de las universidades. En un entorno ‘líquido’, inestable y de alta velocidad de cambio, el entorno confía a estos actores importantes funciones de control del riesgo e inestabilidad percibidas.

La evaluación de impactos sociales y económicos se apoya en explicaciones teóricas consolidadas. Muy brevemente, y desde el punto de vista sociológico, tenemos la teoría actor red en la que la estructura social contemporánea se compone de actores y relaciones (nodos y vértices) y las características cambiantes de su contexto vital, hacen que actores y relaciones definan una estructura dinámica por definición; y la teoría de los stakeholders donde la realidad institucional, el cumplimiento de las funciones sociales y, finalmente, el “éxito en su objeto social” de cada actor corporativo viene marcado y definido por los deseos, expectativas e intereses del resto de actores con los que se relaciona. Por otro lado, desde el punto de vista económico, y aunque nosotros nos centraremos en la primera, se han desarrollado múltiples estudios empíricos que pueden ser clasificados en tres grupos: estudios de impacto de una universidad concreta; modelos económicos sobre generación y difusión de conocimiento y spillovers; y otros estudios con diseños cuasi experimentales (Drucker and Glodstein, 2007), entre otros.

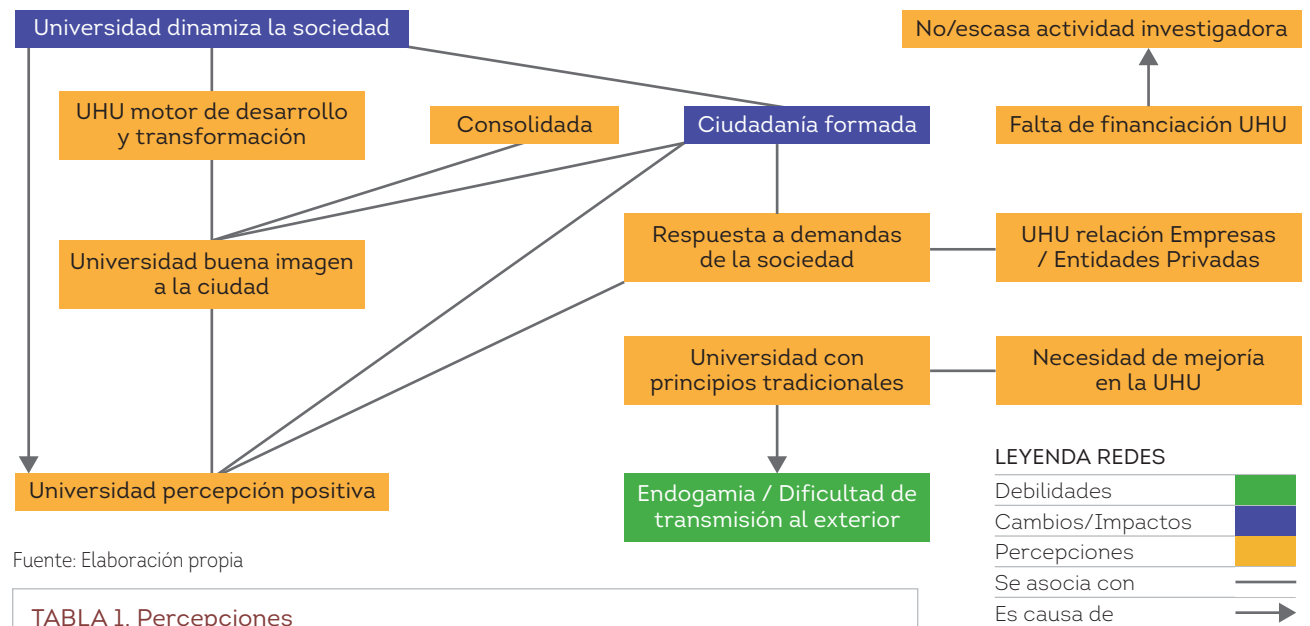
Estas teorías nos proporcionan el fundamento de los objetivos específicos de este proyecto y la estrategia metodológica que aquí se exponen. Una estrategia metodológica realista, que responde a esta complejidad y dificultad de medición; de carácter mixto (cualitativa y cuantitativa); multidisciplinar (perspectivas desde la economía, sociología, ciencias ambientales, geografía, ciencia política...), alimentada mediante diversas técnicas de investigación y fuentes de información.

Este es el mismo enfoque compartido por diferentes proyectos y plataformas internacionales y multi-institucionales de investigación e intervención estratégica. RRI (<http://www.rri-tools.eu/about-rri>), SIMPATIC (<http://simpatic.eu/>), Federal RePORTER (<https://federalreporter.nih.gov/>), la estrategia europea de especialización territorial inteligente (Estrategias nacionales y regionales para la especialización inteligente (RIS3), 2014) o el proyecto HESS para instituciones de educación superior son buenos ejemplos de iniciativas para el análisis comprensivo de universidades, ciencia, tecnología y/o innovación y el impacto de los procesos que le son propios, y que van mucho más allá del impacto en una las dirección. Algunas universidades comienzan a reflejar esta necesidad de medición de impacto multidimensional (Universidad de San Jorge, 2015). A nivel regional (Andalucía), también encontramos antecedentes de este tipo de estudios (Universidad de Almería, 2013; Universidad de Granada, 2009, entre otros).

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL. ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES SOCIALES AL RESPECTO DE LA UNIVERSIDAD

- Los actores locales atribuyen a la Universidad de Huelva un papel fundamental en el liderazgo de los cambios sociales en la provincia hacia un desarrollo sostenible, en base sobre todo a su capacidad de producción de conocimiento.
- Para dicho liderazgo, los actores subrayan la necesidad de apoyo a la investigación desde la propia UHU, y también por parte de las Administraciones competentes.
- De este modo, la percepción social de la UHU es positiva. Se suele formular en estos términos, en general. Es definida como una Universidad pequeña, pero consolidada, y que ofrece calidad en su desempeño formativo e investigador y una buena imagen a la ciudad y la provincia.
- Se espera de la UHU mayor agilidad e intensidad en las relaciones con los actores privados, principalmente en el campo de la investigación y la transferencia de conocimiento.

GRÁFICO 1. Mapa cognitivo de percepciones



Fuente: Elaboración propia

TABLA 1. Percepciones

CÓDIGO	ENRAIZAMIENTO*	DENSIDAD
UHU motor de desarrollo y transformación	25	3
UHU relación Empresas / Entidades privadas	22	8
Endogamia / Dificultad de transmisión al exterior	18	6
Ciudadanía formada	18	11
Universidad dinamiza la sociedad	17	7
No / escasa actividad investigadora	15	4
Universidad percepción positiva	13	6
Universidad buena imagen a la ciudad	11	9
Consolidada	8	1
Falta de financiación UHU	8	6
Universidad con principios tradicionales	6	4
Respuesta a demandas de la sociedad	6	6

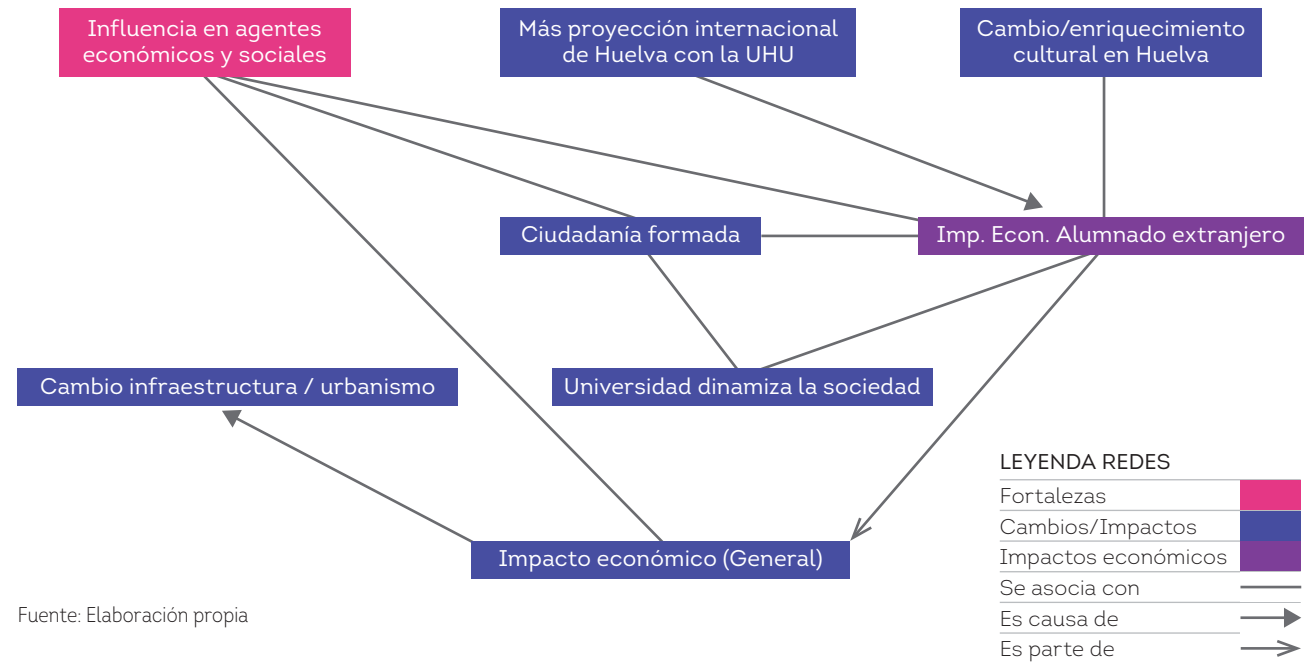
Fuente: Elaboración propia

* **Enraizamiento:** número de veces que el conjunto de actores clave citan ese argumento). **Densidad:** número de enlaces que ese argumento o código mantiene con otros códigos). Cada color de los diferentes nodos en los mapas cognitivos responde a una categoría de análisis.

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL. TIPOLOGÍA Y DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS ACAECIDOS EN LA SOCIEDAD LOCAL (PROVINCIAL) QUE LOS ACTORES ATRIBUYEN A LA UNIVERSIDAD

- El impacto económico que supone la actividad de la UHU es, nombrado en términos generales, el más importante que señalan los stakeholders.
- Es importante subrayar que los impactos más citados son, todos ellos, positivos.
- Influencia en el urbanismo de la ciudad de Huelva, capacidad de dinamización económica de barrios y de sectores vinculados a la prestación de servicios al alumnado y profesorado son citados frecuentemente.
- La generación y retención de talento en el entorno local es un proceso que genera capital social y empoderamiento ciudadano, y es un impulsor de desarrollo social y cultural. Se trata de una capacidad propia de la UHU que hay que conservar y promocionar.
- Entre los aspectos culturales, se le otorga mucha importancia a la presencia de población extranjera vinculada a la UHU, tanto en términos de enriquecimiento e intercambio como también de difusión internacional de los valores y recursos de la provincia.

GRÁFICO 2. Mapa de cambios-impactos



Fuente: Elaboración propia

TABLA 2. Cambios - impactos

CÓDIGO	ENRAIZAMIENTO	DENSIDAD
Impacto económico (General)	27	11
Influencia en agentes económicos y sociales	23	5
Retención del talento	22	8
Impacto de alumnado extranjero	19	9
Ciudadanía formada	18	11
Universidad dinamiza la sociedad	17	7
Cambios infraestructura /urbanismo	14	1
Cambio/enriquecimiento cultural en Huelva	14	2

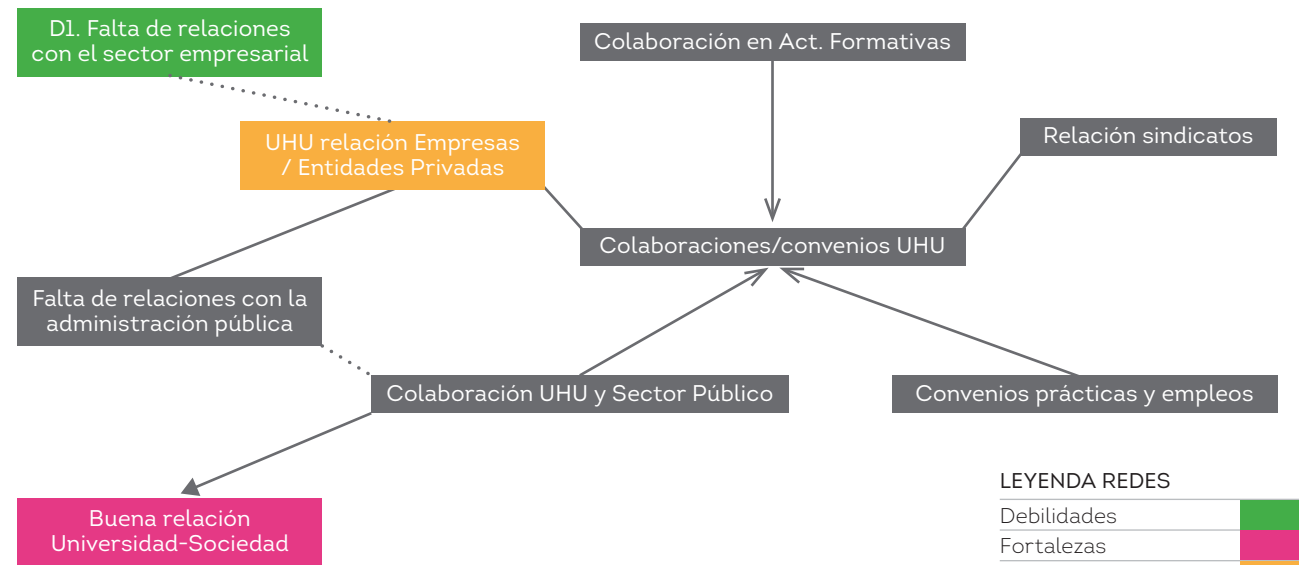
Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL.

ASPECTOS RELATIVOS A LAS RELACIONES DE LA UNIVERSIDAD CON LOS ACTORES

- Los actores dan un alto valor a la colaboración con la UHU y se enorgullecen de exponer su relación con la UHU.
- Convenios y Cátedras son los dos formatos de colaboración más citados y a los que se les da una gran importancia.
- Se aprecia un sentir de agradecimiento hacia la UHU por la accesibilidad a sus servicios y apoyos, pero al tiempo se defiende la necesidad de explotar mejor, en sentido bidireccional, servicios, infraestructuras y herramientas de colaboración; llevarlas a un nivel más avanzado que maximice el impacto local de las capacidades y recursos universitarios.
- Se demanda que el personal docente e investigador externalice más su producción hacia las demandas sociales de conocimiento e innovación, y menos hacia la producción 'de consumo propio' (académico). Se trata de un argumento que encontramos de manera reiterada: la empresa local necesita la competitividad del conocimiento y la innovación, y por tanto reclama el apoyo de la Universidad, que es quien dispone de estos valores y capacidades clave.
- Formación e investigación adaptada a la realidad social local actual, agilidad en la gestión de las relaciones sociales e implicación manifiesta en la vida cotidiana de los actores provinciales: son las principales demandas para las relaciones UHU – Sociedad.

GRÁFICO 3. Mapa cognitivo relaciones UHU – stakeholders



LEYENDA REDES

Debilidades	
Fortalezas	
Percepciones	
Relaciones	
Se asocia con	
Es causa de	
Es parte de	
Contradice a	

Fuente: Elaboración propia

TABLA 3. Relaciones UHU - stakeholders

CÓDIGO	ENRAIZAMIENTO	DENSIDAD
Colaboraciones / Convenios UHU	26	12
(D1) Falta de relaciones con sector empresarial	23	12
UHU relación Empresas / Entidades privadas	22	8
Convenios prácticas y empleo	14	2
Colaboración UHU y Sector Público	9	9
(F9) Buena relación Universidad-Sociedad	7	10
Relación sindicatos	6	2

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL. RELACIONES PARA EL DESARROLLO

GRÁFICO 4. Red de relaciones para el desarrollo local.



El conjunto de actores sociales locales identifica una serie de relaciones locales como estratégicas para el desarrollo de la provincia. El gráfico identifica, con la intensidad de color y el grosor de los enlaces, la trascendencia de las relaciones entre actores para el desarrollo futuro de la provincia. El grosor de los nodos es proporcional a la importancia que los actores otorgan a dichos nodos para el desarrollo provincial. Se consideran fundamentales:

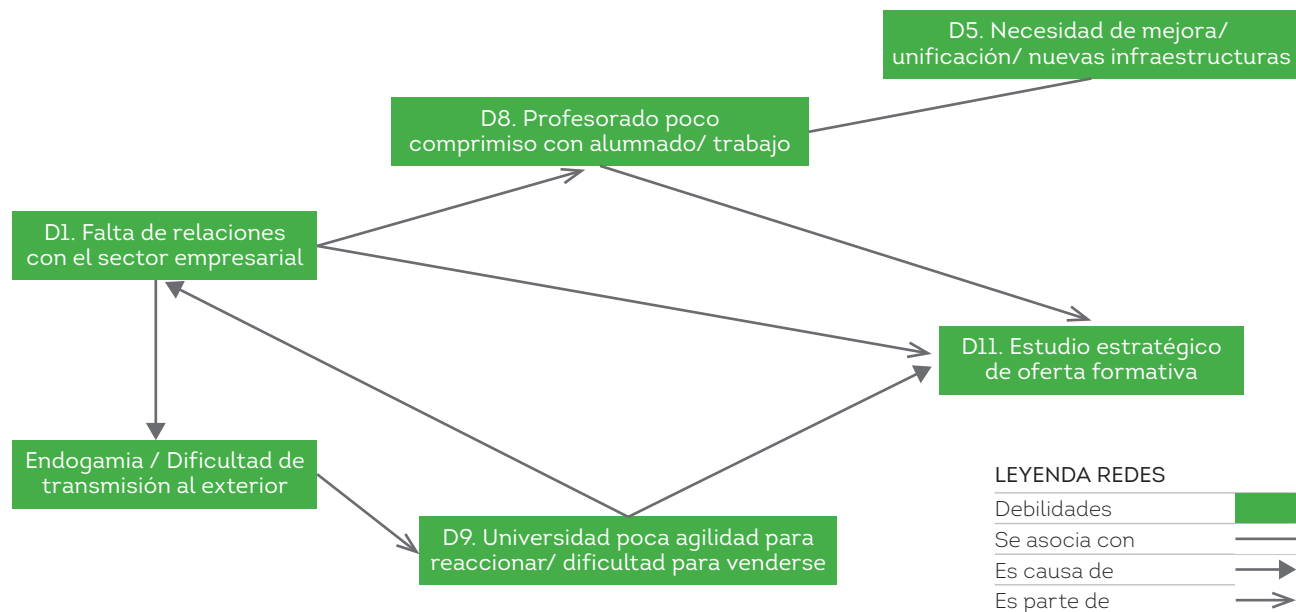
1. Las relaciones entre Ayuntamientos y Diputación, y las de la Administración Provincial con las empresas turísticas.
2. Las relaciones de la UHU con la Consejería de Economía e Innovación, y con el sector industrial local.

Fuente. Elaboración propia

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL. DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES: DEBILIDADES

- La principal debilidad señalada por los actores se refiere a las relaciones de la UHU con el empresario local: se consideran escasas y, principalmente, de un alto potencial positivo que no es aprovechado adecuadamente.
- Simultáneamente, como debilidad y como amenaza, detectamos la difícil adaptación de la UHU a la velocidad de cambio de su ecosistema productivo, en términos de investigación y transferencia, y también en términos formativos.
- En relación a esta última debilidad, se detecta que no se demuestra un planeamiento estratégico de la oferta formativa.
- Aparecen contradicciones (debilidad y fortaleza) como por ejemplo el nivel de compromiso mostrado por el profesorado con respecto al alumnado, donde no existe acuerdo entre los actores (se señala, al mismo tiempo, como fuerte y como débil); algo similar sucede en relación a las infraestructuras. Estas contradicciones aparecen en el 'choque' entre bondades genéricas (importancia de la UHU en el desarrollo) y necesidades no satisfechas (por ejemplo, formación e investigación adecuada para 'enfrentarse a la realidad').
- Los actores señalan que la UHU es débil a nivel 'comercial', porque no es capaz de 'vender' sus capacidades y potencialidades.

GRÁFICO 5. Debilidades



Fuente: Elaboración propia

TABLA 4. Debilidades

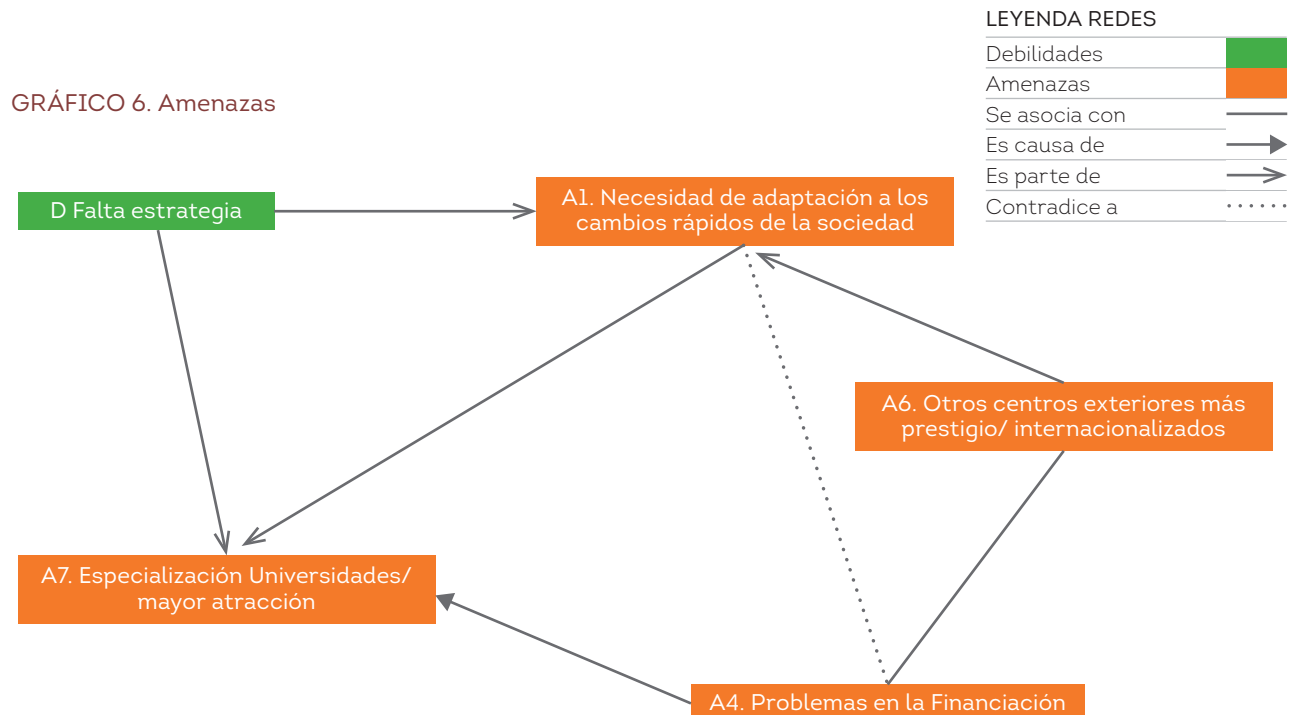
CÓDIGO	ENRAIZAMIENTO	DENSIDAD
D1. Falta de relaciones con sector empresarial	23	12
D5. Necesidad de mejora/unificación/ nuevas infraestructuras	20	6
Endogamia / Dificultad de transmisión al exterior	18	6
D8. Profesorado poco comprometido con alumnado/trabajo	11	10
D9. Universidad poca agilidad para reaccionar/ dificultad para venderse	10	5
D11. Estudio estratégico de oferta formativa	8	14

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL. DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES: AMENAZAS

- El citado amplio catálogo de titulaciones, que se percibía en sentido positivo, también es detectado como amenaza, dada la escasa especialización que implica. Una especialización formativa que demanda la economía local como factor de diferenciación frente a otras Universidades, y como valor que fortalece, desde su base (el capital humano) los sectores económicos en los que la provincia se demuestra más fuerte, o con más recorrido futuro.
- Relacionado con esta amenaza, los actores citan otra: la sociedad y la economía cambian más rápido de lo que la UHU demuestra ser capaz de asumir. Esto se considera clave para unas relaciones sociales ágiles y de máximo impacto social y económico.
- Estas inercias y dificultades en la agilidad de respuesta a las necesidades sociales se sitúan entre las percepciones negativas que los actores observan para con la UHU.

GRÁFICO 6. Amenazas



LEYENDA REDES

Debilidades	■
Amenazas	■
Se asocia con	—
Es causa de	→
Es parte de	→
Contradice a

Fuente: Elaboración propia

TABLA 5. Amenazas

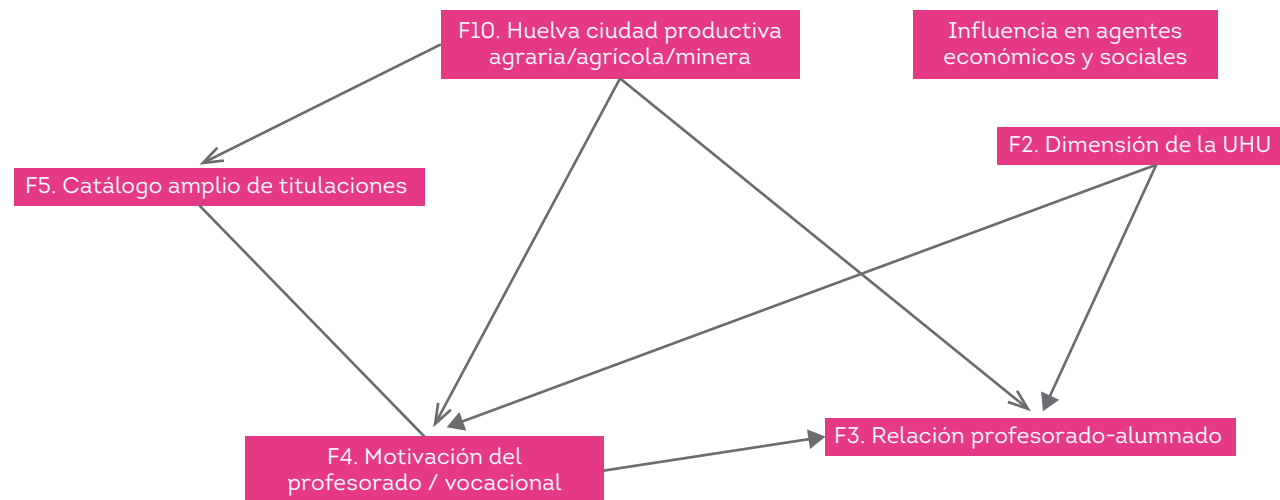
CÓDIGO	ENRAIZAMIENTO	DENSIDAD
A7. Especialización universidades/mayor atracción	18	17
A1. Necesidad de adaptación a los cambios de la sociedad	17	16
A4. Problemas de financiación	17	16
A6. Otros centros exteriores con más prestigio/internacionalizados	6	15
A8. Percepción negativa de la sociedad sobre la UHU	5	15
A2. Falta de estabilidad del profesorado/PAS	4	13
A5. Poca implicación de la administración con la UHU	4	18
A3. Oferta privada	3	13

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL. DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES: FORTALEZAS

- Se aprecia especialmente en la UHU su capacidad de influencia en los agentes sociales, aunque la red cognitiva deja entrever el margen de mejora en dicha influencia (citado en el apartado de Percepciones), al no manifestar relaciones con el resto de fortalezas detectadas.
- Aspectos como la dimensión-tamaño adecuado de la UHU, la motivación de sus profesionales o su amplio catálogo de titulaciones son elementos en los que la institución puede apoyar sus iniciativas y actividades.
- Estas fortalezas soportan impactos interesantes sobre los diversos sectores económicos con los que la UHU colabora, sectores estratégicos para el desarrollo provincial (rural, agrícola y minero, específicamente)

GRÁFICO 7. Fortalezas



Fuente. Elaboración propia

LEYENDA REDES

- Fortalezas
- Se asocia con
- Es causa de
- Es parte de

TABLA 6. Fortalezas

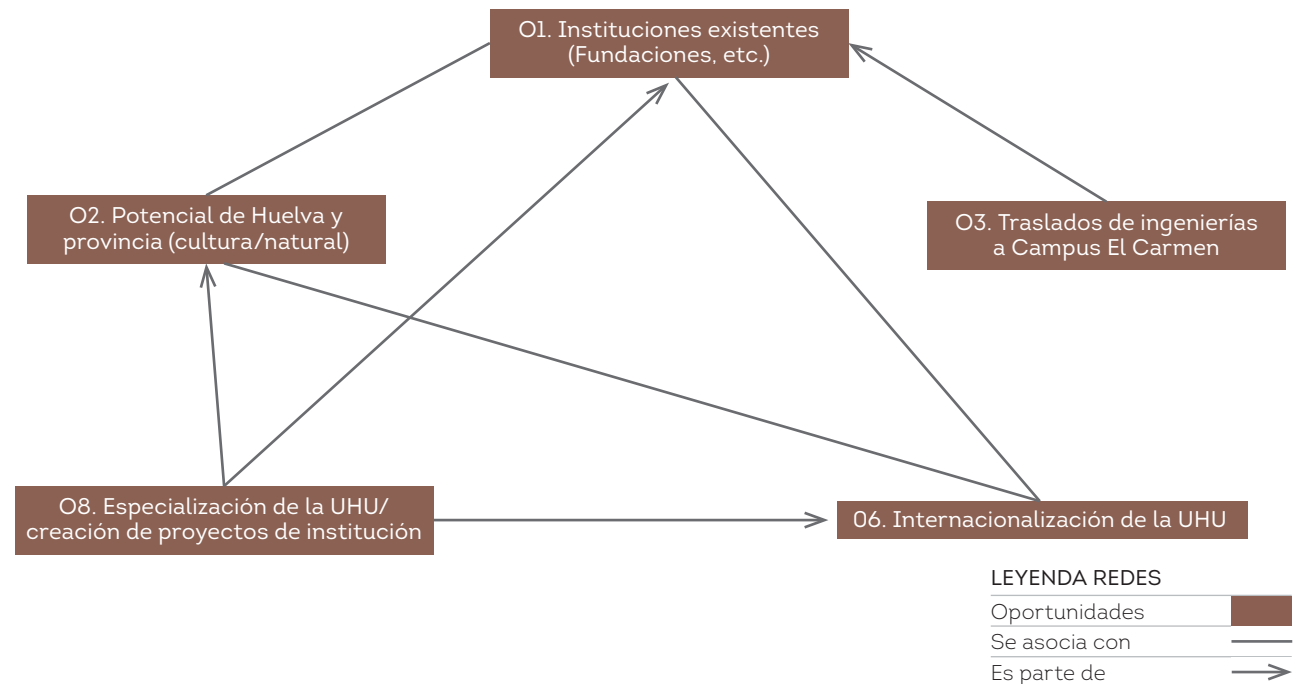
CÓDIGO	ENRAIZAMIENTO	DENSIDAD
Influencia en agentes económicos y sociales	23	5
F4. Motivación del profesorado / vocacional	13	11
F5. Catálogo amplio de titulaciones	12	13
F2. Dimensión de la UHU	10	6
F10. Huelva ciudad productiva agraria/agrícola/minera	8	6
F3. Relación profesorado-alumnado	7	10
F6. Ubicación estratégica UHU	7	11
F8. Buena infraestructura	7	11
F9. Buena relación Universidad-Sociedad	7	10
F1. Adaptación UHU a nuevas tecnologías	5	8

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL. DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES: OPORTUNIDADES

- El discurso colectivo no ofrece un repertorio amplio de oportunidades, pero estas oportunidades establecen densas relaciones entre sí y con otros argumentos en el marco de las percepciones, impactos y relaciones sociales.
- Las principales oportunidades citadas por los actores vinculan las posibilidades de desarrollo de la provincia, y a la UHU como driver de dichas potencialidades.
- La definición de un proyecto estratégico para la UHU, vinculado a dichas potencialidades de la provincia, jugaría un papel clave tanto para la institución como para el conjunto de la provincia.

GRÁFICO 8. Oportunidades



Fuente. Elaboración propia

TABLA 7. Oportunidades

CÓDIGO	ENRAIZAMIENTO	DENSIDAD
O2. Potencial de Huelva y provincia (cultural/natural)	10	12
O8. Especialización de la UHU/ creación de proyecto de institución	7	1
O3. Traslado de ingenierías al Campus El Carmen	2	13
O6. Internacionalización de la UHU	2	10
O1. Instituciones existentes (Fundaciones, etc.)	2	13

Fuente. Elaboración propia

ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO. VECTOR DE DEMANDA LOCAL DE LA UNIVERSIDAD

Para el cálculo del vector de demanda local y del impacto económico directo de la Universidad en la provincia se parte de los gastos atendiendo, por un lado, al tipo gasto (gastos en bienes y servicios, gastos de personal e inversiones), y por otro, a los agentes generadores del mismo: personal de la Universidad (PDI y PAS*), estudiantes y visitantes. De este modo, se identifican cinco grandes grupos para el cálculo de los gastos de la Universidad de Huelva en la provincia: los gastos corrientes (excluidos los gastos de personal), la inversión, los gastos vinculados al personal directo de la Universidad, los gastos generados por estudiantes y los gastos de visitantes. Solo se considera la parte del gasto que se produce en el ámbito local.

El gasto total de la Universidad de Huelva en la provincia asciende a 109 millones de euros en el año 2017

El mayor porcentaje corresponde al alumnado, con 59,6 millones de euros

Una alta proporción corresponde a los gastos derivados de trabajos realizados por otras empresas y profesionales, seguido de los suministros de energía eléctrica, agua, gas, combustible, vestuario y otros suministros de uso corriente.

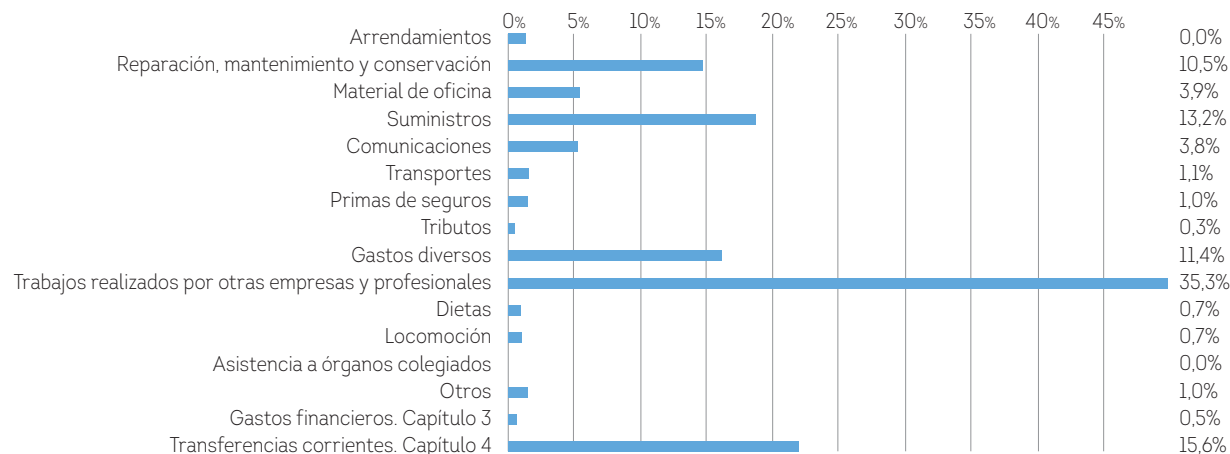
*PDI: Personal Docente e Investigador y PAS: Personal de Administración y Servicios

TABLA 8. Vector de demanda local por agente generador

AGENTE GENERADOR DE GASTO	2017
UHU. Gastos corrientes	11.171.079,01
UHU. Inversiones	14.418.897,30
Visitantes	1.656.222,30
Gastos derivados de empleos directos	22.211.383,25
Estudiantes	59.559.445,00
Total	109.017.026,86

Fuente. Elaboración propia

GRÁFICO 9. Distribución del gasto corriente local. Año 2017



Fuente. Elaboración propia

GRÁFICO 10. Distribución del presupuesto de gastos de la UHU. Año 2017



Fuente. Elaboración propia

ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO.

IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS DE LA UNIVERSIDAD EN LA PROVINCIA

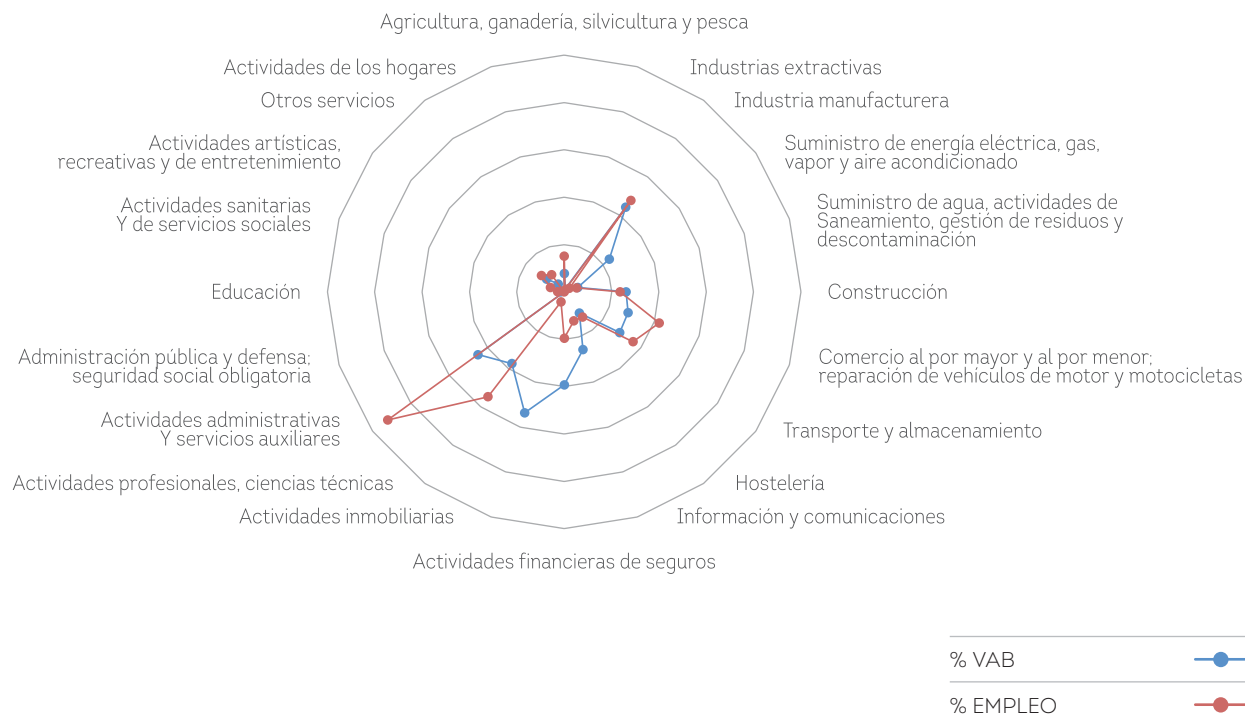
Los impactos indirectos derivan del efecto arrastre que generan los gastos de la Universidad sobre el resto de sectores económicos*, medidos en términos de empleo y VAB.

La Universidad de Huelva genera sobre la provincia un impacto indirecto de 77,1 millones de euros en términos de valor añadido bruto y 1.569 empleos:

- En el caso del VAB, los sectores económicos en los que los gastos generados de la Universidad generan mayor valor añadido bruto (con pesos superiores al 10%), son: las actividades inmobiliarias (13,4%); la industria manufacturera (11,1%) y; las actividades administrativas y auxiliares (11,2%).
- En el caso del empleo, las actividades económicas donde el gasto de la Universidad genera mayor empleo indirecto son: las actividades administrativas y servicios auxiliares (23,0%); las actividades profesionales, técnicas y científicas (13,7%); el comercio tanto al por mayor como al menor (10,6%); la industria manufacturera (11,9%) y el transporte y almacenamiento (8,9%). Estas cinco actividades económicas generan en la provincia más de 1.000 empleos indirectos (1.071 empleos), que suponen el 68,3% del empleo indirecto total.

*Los gastos e inversiones generadas por la Universidad se asignan a las diferentes tipologías de productos/actividades económicas definidas en el marco input-output de Andalucía 2010 en función de su propia naturaleza.

GRÁFICO 11. Efectos indirectos. % en VAB y empleo. 2017



Fuente. Elaboración propia

ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO.

IMPACTOS ECONÓMICOS INDUCIDOS DE LA UNIVERSIDAD EN LA PROVINCIA

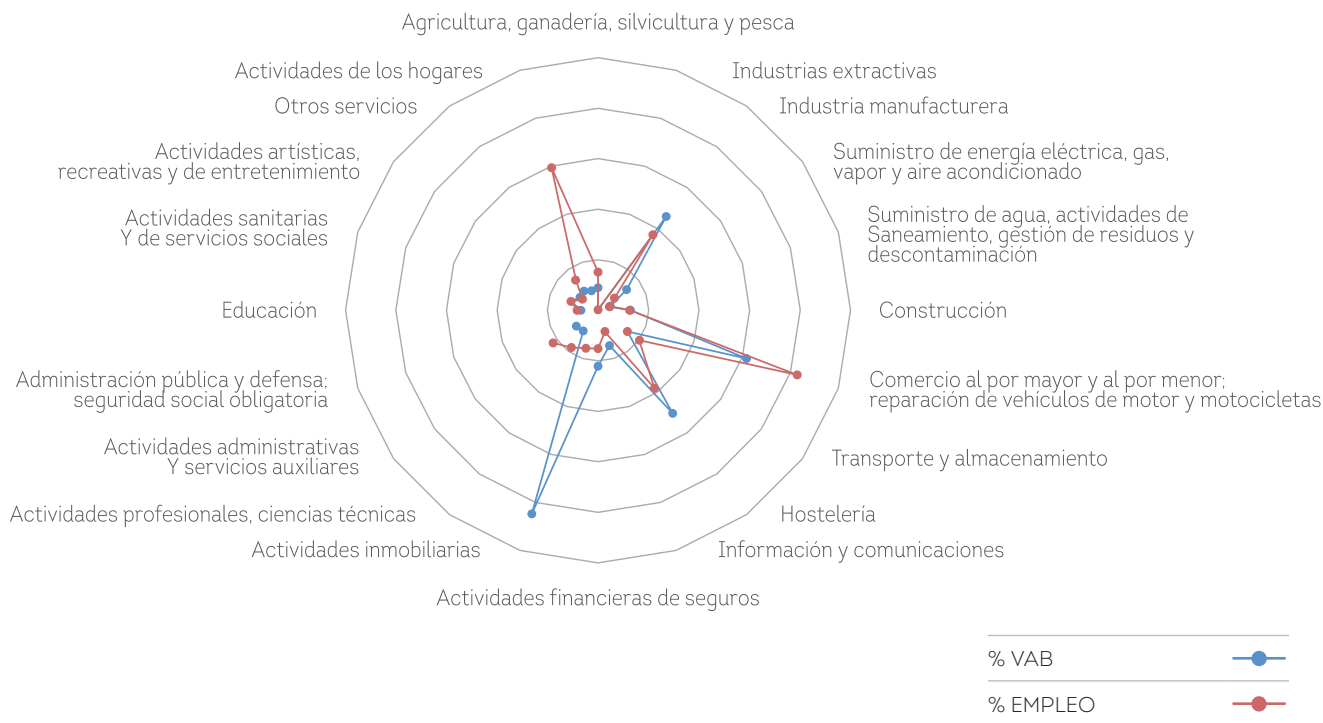
Los efectos inducidos se derivan del incremento de la actividad generada por el consumo de bienes y servicios realizado por la mano de obra "local" directa (PDI y PAS) e indirecta. Se ofrecen en términos de VAB y empleo.

La Universidad de Huelva genera sobre la provincia un impacto inducido de 93,8 millones de euros en términos de valor añadido bruto y 1.634 empleos.

Las ramas de actividad en las que los gastos derivados de los sueldos y salarios generan mayor valor añadido bruto son: las actividades inmobiliarias (20,7%); el comercio tanto al por como al por menor (15,4%); la hostelería (12,6%) e industria manufacturera (11,5%).

En el caso del empleo, las actividades económicas en las que se genera mayor empleo inducido son: el comercio tanto al por mayor como al por menor (10,6%); las actividades de los hogares (14,9%); la hostelería (9,5%) y la industria manufacturera (9,3%). En estas cuatro actividades económicas se concentra el 54,3% del total del empleo inducido generado por la Universidad en la provincia.

GRÁFICO 12. Efectos inducidos. % en VAB y empleo. 2017

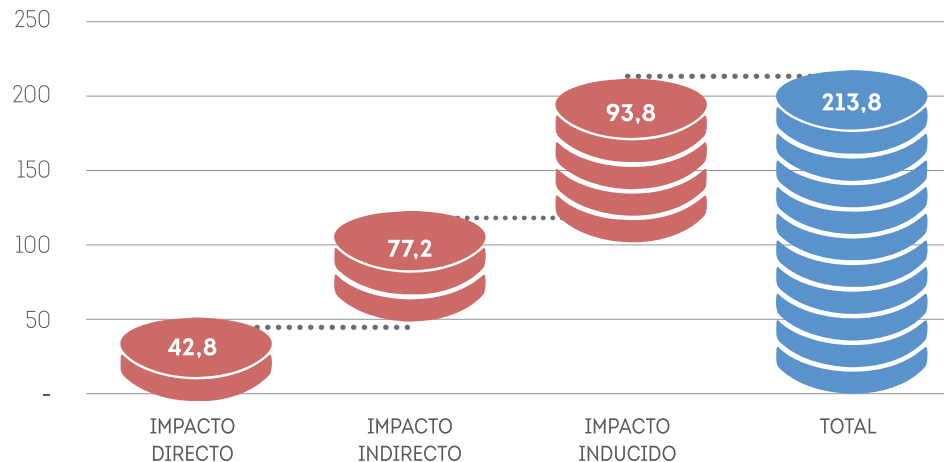


Fuente. Elaboración propia

ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO.

IMPACTO ECONÓMICO TOTAL

GRÁFICO 13. Impacto directo, indirecto e inducido (millones €). 2017



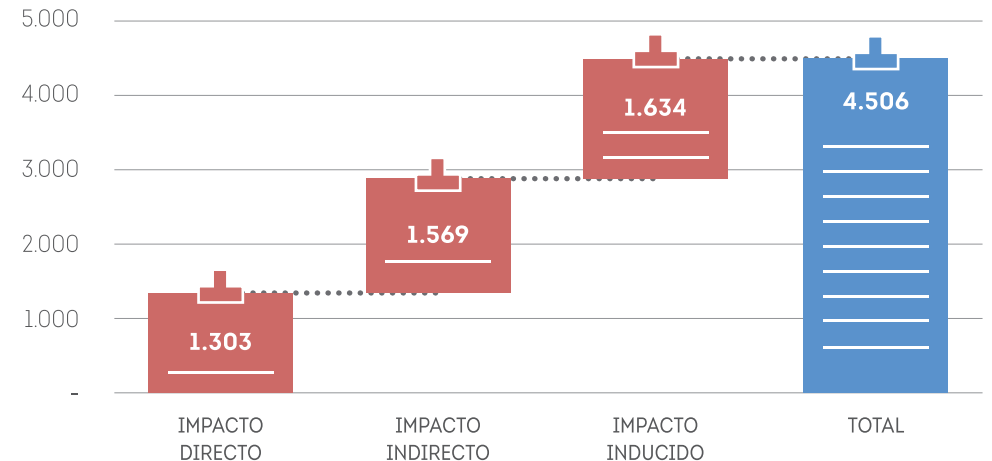
Fuente. Elaboración propia

En síntesis, el Valor Añadido Bruto adicional generado (indirecto e inducido) se estima en 171 millones €, lo que supone un efecto multiplicador total de 4, es decir, por cada euro de Valor Añadido que genera la Universidad de forma directa, se generan 4 euros en el resto de la economía provincial. Sumando el impacto directo, tendríamos que la UHU genera un impacto económico total en la provincia de Huelva de 213.8 millones €.

En cuanto al empleo, la estimación efectuada apunta a que el gasto realizado por la Universidad precisa de 3.203 puestos de trabajo para mantener la demanda que se genera. Es decir, gracias a la actividad de la Universidad, se generan 2,5 empleos en el sistema productivo provincial por cada puesto de trabajo directo de la propia Universidad.

En cuanto a la distribución sectorial por grandes ramas de actividad (CNAE09) del impacto total generado por la demanda de la Universidad, los servicios de mercado, aportando casi el 60% de VAB total, se revelan como el sector económico con mayor generación de actividad (las actividades inmobiliarias, 14,2%; el comercio, tanto al por mayor como al por menor y la reparación de vehículos, 9,3%; la hostelería, 6,5%; las actividades financieras y de seguros, 6% o las actividades profesionales, científicas y técnicas, 4,5%). Le siguen los servicios de no mercado concentrados en la educación (20,9%), actividad propia de la Universidad. Al margen de los servicios, la industria recoge el 13,9% del VAB total generado seguida de la construcción (3,8%) y el sector primario (1,7%).

GRÁFICO 14. Impacto total de la Universidad de Huelva en términos de empleo. 2017



Fuente. Elaboración propia

Con respecto a la ocupación, como era de esperar, la mayor parte del empleo generado se concentra en el sector de los servicios (84,6%), sector que recibe el mayor desembolso de recursos de manera directa a través del empleo de la propia Universidad (entre PDI y PAS, 1.503 personas trabajan de manera directa en la UHU sobre un empleo total estimado de 4.506 personas). Le siguen en importancia en cuanto a concentración de empleo los Servicios a empresas (Intermediación financiera, seguros, actividades inmobiliarias, servicios profesionales, científicos, administrativos y otros; 21,3%) y el Comercio y reparaciones (11,2%). Juntos, estos tres subsectores del sector servicios concentran un 62,4% del empleo total generado por la actividad de la Universidad de Huelva.

ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO. PESO RELATIVO DE LA UNIVERSIDAD EN LA PROVINCIA

El impacto total en términos relativos de la Universidad de Huelva sobre la provincia se sitúa en torno al 2,5%, tanto en VAB como empleo. En cuanto al peso relativo por subsectores, vuelve a destacar, tanto en VAB como en empleo, el subsector de los servicios a empresas, donde la actividad de la Universidad de Huelva genera el 4,5% del VAB provincial y el 5,2% del empleo. Le siguen en orden de importancia el resto de subsectores del sector servicios llegando a un peso relativo del 3,2% tanto en VAB como en empleo.

Según los datos estimados de impacto total, la producción derivada de la actividad universitaria aporta: el 1,6% del VAB y el 2,2% del total de empleo del sector industrial provincial; el 1,4% del VAB y 1,8% del empleo en el caso de la construcción y el 0,4% de VAB y empleo, respectivamente, del sector primario provincial. El sector primario y la construcción parecen ser los sectores menos afectados por la existencia de la Universidad en la provincia.

TABLA 9. Peso relativo UHU / provincia de Huelva. VAB.

VALOR AÑADIDO BRUTO (€)	PROVINCIA HUELVA	UHU	
Sección CNAE 09	2015*	2017	%
Sector primario	821.043	3.613	0,4%
Industria	1.828.237	29.798	1,6%
Construcción	450.775	8.067	1,8%
Servicios	5.419.817	172.279	3,2%
Comercio y reparaciones	1.444.883	33.910	2,3%
Transportes y comunicaciones	473.880	17.355	3,7%
Servicios a las empresas	1.428.783	63.753	4,5%
Servicios públicos	1.777.537	48.471	2,7%
Otros servicios	294.734	8.790	3,0%
TOTAL	8.519.872	377.246	2,5%

Fuente. Contabilidad Regional Anual. INE

* Último dato disponible

TABLA 10. Peso relativo UHU / provincia de Huelva. Empleo.

EMPLEO EPA (PERSONAS)	PROVINCIA HUELVA	UHU	
Sección CNAE 09	2017	2017	%
Sector primario	33.432	121	0,4%
Industria	18.985	427	2,2%
Construcción	10.394	144	1,4%
Servicios	120.683	3.814	3,2%
Comercio y reparaciones	41.180	711	1,7%
Transportes y comunicaciones	9.833	310	3,2%
Servicios a las empresas	18.349	961	5,2%
Servicios públicos	39.689	1.415	3,6%
Otros servicios	11.632	416	3,6%
TOTAL	183.494	4.506	2,5%

Fuente. Encuesta de Población Activa. INE

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La UHU es un actor de referencia en el tejido social de la provincia de Huelva. Es reconocido como el principal productor de conocimiento, lo que le otorga un protagonismo y responsabilidad especial en un contexto de rápido cambio social donde, además, el conocimiento es la materia prima para la innovación. El prestigio y la solidez de la marca UHU se observa en un reconocimiento general de sus impactos positivos por parte de todos los actores sociales locales.

No obstante, la importancia creciente de la innovación en contextos de cambio social hace que los actores demanden a la UHU, cada vez con más contundencia, la asunción de ese liderazgo en un modo proactivo. El formato 'clásico' de Universidad, donde el formalismo y la autorreferencialidad eran señas de identidad, no se corresponde con las necesidades de la sociedad actual, ni en Huelva ni en ningún otro territorio en las sociedades avanzadas. Titulaciones adaptadas a la realidad, procedimientos ágiles y comunicación fluida (interna y externa), investigación aplicada a los problemas y demandas sociales, económicas y tecnológicas, escucha activa de los actores sociales (empresas, instituciones, sociedad civil...). Son características que cualquier Universidad moderna ha de impulsar para responder a su papel en la sociedad contemporánea.

La UHU está situada en una posición privilegiada en la red de actores clave para el desarrollo provincial, y desde su fundación ha desempeñado un papel cultural fundamental, en la configuración de la identidad onubense y también en la generación de movimientos sociales sin parangón en la historia lo-

cal. Este estudio pone de manifiesto su principal reto para el futuro inmediato: responder a las expectativas que los actores sociales siguen depositando en ella, y que se concretan en una formación adaptada a las demandas sociales, una investigación aplicada a los problemas reales y una relación habitual, flexible y ágil con los actores sociales locales.

SUMARIO DE IMPACTOS

Impacto económico: 214mill.€ y 3203 empleos. Cada empleo directo en la UHU genera 2,5 empleos en la provincia.

Impacto cultural: estímulo cultural y formativo, generación de identidad territorial, internacionalización de la sociedad.

Impacto social: percepción social de liderazgo en investigación y formación de calidad, empoderamiento ciudadano, locomotora de innovación y desarrollo.

SUMARIO DE PROPUESTAS

Maximizar los impactos positivos de la UHU pasa por:

Especialización: en investigación y titulaciones para los sectores estratégicos de la economía local (turismo, agricultura, industria y minería).

Comunicación: La sociedad debe saber qué puede hacer la UHU por cada actor, y la UHU debe saber cuáles son las necesidades de conocimiento e innovación de cada actor.

Liderazgo:

1. Impulsando sus relaciones productivas con empresas e instituciones;
2. Agilizando sus procesos internos;
3. Mejorando su producción investigadora y docente en interés local;
4. Aprovechando los grandes recursos de la provincia.



25
1993 • 2018



Universidad de Huelva

