



Generación de valor de la UGR en su entorno. Análisis del impacto económico y social (2023)

Coordinadores:

Teodoro Luque Martínez
(director)
Salvador del Barrio García
Luis Doña Toledo

Equipo de investigación:

Teodoro Luque Martínez
Salvador del Barrio García
Luis Doña Toledo
José Manuel Aguayo Moral
Dionisio Buendía Carrillo
Nina Faraoni
Ignacio Luque Raya
Andrés Navarro Galera



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**



Teodoro Luque Martínez
Salvador del Barrio García
Luis Doña Toledo
José Manuel Aguayo Moral
Dionisio Buendía Carrillo
Nina Faraoni
Ignacio Luque Raya
Andrés Navarro Galera

Generación de valor de la UGR en su entorno.
Análisis del impacto económico y social (2023)

© LOS AUTORES

© UNIVERSIDAD DE GRANADA

Generación de valor de la UGR en su entorno. Análisis del impacto económico y social (2023)

ISBN: 978-84-338-7605-8

ISBN(e): 978-84-338-7606-5

DL. Gr./ 972-2025

Edita: Editorial Universidad de Granada

Campus Universitario de Cartuja. Granada

Diseño y maquetación: Luis Doña Toledo

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por ley.



Índice

	Prólogo	11
	Agradecimientos	15
0	Resumen ejecutivo	19
1	La medida del impacto de la universidad. Antecedentes	25
1.1	Introducción	27
1.2	La medida del impacto de la universidad: la experiencia de la UGR	31
1.3	Evolución del análisis del impacto económico universitario: fundamentos y desarrollos recientes	34
1.4	Transformaciones recientes y contexto actual	41
2	Aspectos metodológicos	45
2.1	Introducción	47
2.2	Detalles metodológicos de la medida de los efectos hacia atrás de la Universidad de Granada (enfoque por el lado de la demanda)	50
3	Estimación de la demanda: universidad, estudiantado, visitantes, congresos-reuniones	59
3.1	El gasto de la Universidad de Granada	61
3.2	El gasto de los estudiantes	73
3.3	El gasto de los visitantes	96
3.4	Gastos de congresos y eventos	98
4	Estimación del impacto directo, indirecto e inducido debido a la existencia de la UGR. Análisis por sectores económicos y agentes. Distinguiendo entre provincia de Granada y ciudades de Ceuta y Melilla	103
4.1	Introducción	105
4.2	Determinación de la demanda total, asignación por ramas y sectores económicos	107
4.3	Estimación del impacto económico de la UGR por agentes y sectores	114
4.4	Estimación del impacto económico de la UGR: cálculos de efectos directos, indirectos e inducidos de la actividad asociada a la UGR	118
4.5	Impacto económico total de la UGR: actividad propia más actividad asociada	128
4.6	Impacto económico total de la UGR en relación con macromagnitudes	136
4.7	Reflexión final	143
5	Análisis del capital humano generado y de la inserción laboral en el entorno de la UGR	145
5.1	Estimación del valor económico del capital humano generado por la UGR	147
5.2	Tasa de actividad, paro y empleo y su relación con la educación superior en el ámbito de la UGR	156
5.3	Tasa de actividad, paro y empleo y su relación con la educación superior en el ámbito de la UGR	170

6	Estimación de la recaudación derivada del capital humano generado por la UGR, diferenciando entre Granada, Ceuta y Melilla	177
6.1	Contribución fiscal de las personas egresadas de la UGR	179
6.2	Procedimiento seguido para estimar la diferencia de contribución entre el nivel de formación universitaria y secundaria en IRPF y en IVA	179
7	Posicionamiento y resultados comparativos de la Universidad de Granada	189
7.1	Introducción	191
7.2	La Universidad de Granada a nivel internacional	192
7.3	La Universidad de Granada en el sistema andaluz y español	205
8	Análisis de la producción científica por especialidades de la UGR	227
8.1	Introducción	229
8.2	Análisis de las especialidades de Ciencias Naturales	231
8.3	Análisis de las especialidades de Ciencias de la Vida	239
8.4	Análisis de las especialidades de Ciencias Médicas	243
8.5	Análisis de las especialidades de Ciencias Sociales	250
8.6	Análisis de las especialidades de Ingenierías	261
9	Análisis de la reputación de la Universidad de Granada	275
9.1	Introducción	277
9.2	Imagen de la Universidad de Granada	278
9.3	Grado de satisfacción con la Universidad de Granada	283
9.4	La UGR en las redes sociales	286
10	Participación de la UGR en proyectos estratégicos de su entorno	309
10.1	Proyecto UGR-DONES	311
10.2	Proyecto UGR - Inteligencia Artificial	313
10.3	Azucarera San Isidro – Campus UGR Sostenibilidad	315
10.4	Alianza ARQUS	316
10.5	Año 2031: año de la candidatura de Granada a la Capital Cultura de Europa y del Horizonte V Centenario	318
11	Conclusiones	321
12	Referencias	339
	Anexos	347
	Anexo 1. Imputación sectorial del gasto de cada agente	349
	Anexo 2. Análisis del gasto de los estudiantes de la UGR	353







Prólogo



El primer estudio sobre el impacto económico de la Universidad en Granada se publicó en 2009 con datos de 2008. En 2020 se publicó el segundo, y ahora se presenta el tercero con datos del año 2023, es decir 15 años después del primer estudio. Durante este tiempo han tenido lugar acontecimientos trascendentales a nivel económico, sanitario y geopolítico con una importante repercusión en nuestra sociedad. Una sociedad que además tiene que hacer frente a una transformación acelerada de procesos, servicios y actividades impulsada por los avances tecnológicos.

La Universidad no ha sido ajena a todos estos acontecimientos. Los nuevos desafíos traen consigo cambios profundos en la enseñanza y en la investigación, y la necesidad de integrar la inteligencia artificial de forma inclusiva, ética y estratégica. Por otra parte, cada vez es mayor su responsabilidad con la sociedad, dando respuesta a sus demandas para contribuir al progreso social como servicio público.

Los resultados de los estudios anteriores han puesto de relieve el gran impacto económico que la Universidad de Granada genera en el territorio, uno de los impactos más elevados de las universidades españolas, al ser una de las universidades de mayor tamaño en España localizada en una de las provincias con menor PIB per cápita.

En este momento parece de particular interés analizar la evolución del impacto de la Universidad en su entorno a lo largo de 15 complejos años, y conocer con mayor detalle no solo su cometido como agente clave en la economía de la región, sino también para hacer una reflexión respecto a su papel en la sociedad.

El Consejo Social de la Universidad de Granada viene impulsando estos estudios, bajo la dirección del Profesor Dr. D. Teodoro Luque Martínez, que realiza un trabajo riguroso e innovador. En esta edición se valora también el impacto de la Universidad de Granada en las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla, lo que pone de manifiesto el enorme esfuerzo económico y humano que se viene realizando, y el extraordinario compromiso de la Universidad de Granada con ambas Ciudades Autónomas y con el Estado español.

María Teresa Pagés Jiménez
Presidenta del Consejo Social de la Universidad de Granada





Agradecimientos



Todo trabajo de esta naturaleza es deudor de muchas personas que lo han hecho posible, que de una u otra forma han contribuido a que ahora se esté leyendo estas páginas.

En primer lugar, expresar nuestro agradecimiento al Consejo Social de la Universidad de Granada por la confianza depositada en este proyecto, especialmente a su presidenta, Dña. M^a Teresa Pagés Jiménez, por el impulso decidido en todo momento para su realización.

En las diferentes fases del proyecto han respondido a nuestra solicitud de colaboración diferentes personas a las que queremos agradecer su ayuda como:

- Enrique Bonet Vera. Oficina de la Gestión de la Comunicación
- Sagrario Fernández Teba. Centro Mediterráneo
- Roberto García Amate. Director del Consejo Social de la Universidad de Granada
- Miriam Lourdes Martínez Garrido. Secretariado de Planificación Estratégica
- Francisco Montoro Ríos. Director del Centro de Lenguas Modernas
- Alberto Prados Sánchez. Oficina de la Gestión de la Comunicación
- Personal docente e investigador organizadores de congresos y eventos que nos ha facilitado la información para poder realizar este estudio
- Oficina del Dato de la UGR
- Secretaria General
- Oficina de Protección de Datos
- OTRI
- CSIRC

A todas ellas, sinceramente, muchas gracias.



UNIVERSIDAD
GRANADA



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



Centro de
Documentación Europea
Universidad de Granada



Junta
de Andalucía

CENTRO DE DOCUMENTACIÓN EUROPEA

UNIVERSIDAD

cde



0

Resumen ejecutivo

1. Utilidad de los estudios de generación de valor

Este tipo de estudios, con denominaciones diferentes como estudios de impacto, de contribución socio-económica o de generación de valor, no son un mero ejercicio contable, sino que constituye una herramienta de planificación institucional y rendición de cuentas. Es una forma de constatar el valor multidimensional de la UGR en su entorno social, económico y científico como reflejo de las decisiones adoptadas en un determinado contexto.

2. La UGR es un importante agente económico en su entorno

La liquidación presupuestaria de la UGR en 2023 fue de 567 millones de €; la mayor parte corresponde a Granada seguida de Melilla y Ceuta. El presupuesto de la UGR en Granada es 1,7 veces el de la Diputación de Granada y 1,6 veces el del Ayuntamiento. En Melilla y Ceuta la parte del presupuesto UGR alcanzan un 4,3% y un 3% de los respectivos presupuestos de las ciudades autónomas.

El estudiantado de la UGR es un dinamizador de la actividad económica en su entorno. Realiza un gasto que se estima en 271 millones de € en Granada, en 11 millones de € en Melilla y en 9 en Ceuta. El gasto medio por estudiante es de 7.894 € que varía por campus (mayor en el de Melilla); por tipo de titulación (mayor en doctorado) y de estudiante (mayor en ERASMUS).

El gasto total de los agentes vinculados a la actividad de la UGR en el campus de Granada es de 875,8 millones de €, correspondiendo el 60,8% a la propia UGR; el 30,9% a la demanda del estudiantado; el 7,1% a la de los visitantes y el 1,2% a la de la actividad congresual.

Para el campus de Ceuta, el gasto total es de 21,1 millones de € con el siguiente reparto 49,1% a la actividad propia de la UGR; el 43,3% al estudiantado; el 6,7% a los visitantes, y el 0,87% a los congresos.

En el caso del campus de Melilla, el gasto total es de 27,4 millones de € con el siguiente reparto 51,1% a la actividad propia de la UGR; el 40,4% al estudiantado; el 8% a los visitantes y el 0,5% a la actividad congresual.

3. La UGR tiene un gran impacto económico en su entorno, el mayor de las universidades españolas

Esto se manifiesta en las tres ciudades en las que tiene campus.

En Granada el impacto económico total vinculado a la actividad de la UGR es de 2.759,9 millones de €, es decir 3,15 veces el gasto inicial. Esto son 6,1€ por cada euro de fondos públicos invertidos. El impacto total renta estimado es de 1.351,8 millones de €, es decir 1,54 veces el importe del gasto. El impacto total empleo se calcula en 31.259 empleos.

En el campus de Ceuta dicho el impacto económico total se estima en 63,3 millones de €, es decir 3 veces el gasto inicial. Esto son 13,1€ por cada euro de fondos públicos invertidos. El impacto total renta estimado es de 28,8 millones de €, es decir 1,37 veces el importe del gasto. El impacto total empleo se estima en 690 empleos.

En cuanto a Melilla dicho el impacto económico total se estima en 83,1 millones de €, es decir 3,04 veces el gasto inicial. Esto son 9,7€ por cada euro de fondos públicos invertidos. El impacto total renta estimado es de 40,2 millones de €, es decir 1,47 veces el importe del gasto. El impacto total empleo estimado es 956 empleos.

El impacto producción como consecuencia de la actividad de la UGR imputable al campus de Granada equivale al 12,7% del PIB provincial. El impacto renta equivale al 6,23% del PIB provincial. El impacto empleo representa el 8,67% del empleo provincial.

En el campus de Ceuta, el impacto producción como consecuencia de la actividad de la UGR imputable a este campus representa el 3,35% del PIB de la ciudad autónoma. El impacto renta supone el 1,53% del PIB de la ciudad autónoma. El impacto empleo alcanza el 2,2% del empleo de Ceuta.

En el campus de Melilla, el impacto producción como consecuencia de la actividad de la UGR imputable a este campus representa el 4,75% del PIB de Melilla. El impacto renta equivale al 2,3% del PIB de la ciudad autónoma. El impacto empleo representa el 2,99% del empleo de Melilla.

En el campus de Granada como consecuencia de la actividad generada por la UGR se crea un empleo por cada 88.289 €; en Ceuta esa cantidad asciende a 91.781 € y en Melilla a 86.859 €.





4. En un territorio con indicadores de actividad, empleo y paro poco favorables, la generación de valor en capital humano debida a la UGR es especialmente reseñable

Granada, Ceuta y Melilla presentan pobres indicadores de tasa de actividad de la población, de tasa de empleo y de tasa de paro. Sin embargo, el valor económico estimado del capital humano generado por la UGR (comparación de la ganancia media de quienes se graduaron con título universitario frente a haberse quedado con formación secundaria) es de 5.530 millones de € para el caso de Granada; 196,9 millones de € para Ceuta y 241,6 millones de € para Melilla.

5. En los territorios con más paro de España, la inserción laboral de los/as universitarios/as es una asignatura pendiente

La provincia de Granada y las ciudades de Ceuta y Melilla tienen las tasas de paro más altas de España, ese puede ser un motivo (no el único) de que la tasa de afiliación a la Seguridad Social de los/as egresados/as de grado de la UGR sea también de las más bajas.

6. Mayor nivel de formación genera mayor capital humano y también mayor contribución fiscal

En el campus de Granada, se necesitarían 8,1 promociones como la de 2023 (puede haber 40 promociones activas, aunque con menor volumen de egresos) para cubrir la financiación pública recibida en dicho año por el exceso de contribución fiscal de quienes tienen formación universitaria generada por la UGR. Para los campus de Ceuta y Melilla se necesitarían 2,5 y 3,5 promociones como la de 2023, respectivamente.

7. La UGR tiene una buena posición en los rankings internacionales, más aún atendiendo al contexto territorial y a los recursos disponibles

La UGR se sitúa en torno a las 300 primeras universidades del mundo en los principales rankings internacionales (ARWU, URAP, NTU, SCImago), siendo la primera de Andalucía y una de las cinco o seis mejores de España.

La UGR cuenta con importantes nichos de especialización científica. Está por encima de la media internacional y, por supuesto, española en: Matemáticas; Ciencias de la Tierra; Odontología; Psicología; Ingeniería Informática; y Ciencia y Tecnología de los Alimentos. También está por encima de la media española en las siguientes especialidades Farmacia; Salud Pública; *Business Administration*; Educación; Estadística; Turismo; e Ingeniería Eléctrica y Electrónica.

8. La UGR es una de las mayores universidades de España siendo una de las de mayor capacidad de atracción de talento por el número de becas FPU, FPI y contratos de investigación.

La UGR está entre las seis primeras de España por número de profesorado, diferentes indicadores de producción científica, número de proyectos del plan nacional, tesis doctorales o patentes. Está entre las primeras de España en capacidad formativa por su liderazgo en captación de becas FPU y FPI o contratos Juan de la Cierva y Ramón y Cajal.

En términos generales, las posiciones de estos indicadores en valor absoluto son mejores que cuando dichos indicadores se relativizan por el número de profesores.

9. La UGR goza de buena imagen y reputación institucional entre sus públicos objetivo, con una gran presencia en redes sociales digitales

La UGR goza de una imagen que se refuerza a mayor nivel de estudios.

El grado de satisfacción global es positivo, lo que sugiere una buena percepción general de los servicios, la docencia y la vida universitaria.

La presencia de la UGR en el ámbito digital es activa y bien consolidada en diversas redes sociales (LinkedIn, X, Facebook, Instagram y TikTok).

10. La UGR tiene una presencia activa y un gran liderazgo en todos los proyectos estratégicos de su territorio

La UGR está inmersa en una ambiciosa agenda de proyectos estratégicos que impulsan su transformación institucional y su impacto en el entorno como UGR-DONES; UGR-AI, UGR Sostenibilidad, Alianza Arqus, Horizonte 2031 o candidatura a la Capitalidad Europea de la Cultura de Granada. Estos proyectos responden a una visión de largo plazo alineada con el Plan Estratégico UGR 2031.





1

La medida del
impacto de la
universidad.
Antecedentes

1.1. Introducción

El primer estudio sobre el impacto de la Universidad de Granada se publicó en 2009 y se refería a datos de 2008. El segundo estudio se presentó y publicó en 2020 aunque con datos referidos a 2018. Fueron dos momentos muy especiales, el primero por la crisis económica internacional y el segundo por una crisis pandémica que coincidió con el año de presentación del estudio, aunque los datos utilizados correspondían a un año previo a la pandemia.

Ahora se presenta un nuevo estudio que tiene como referencia el año 2023, esto es 15 años después del primer estudio. Un período de tiempo relativamente corto, pero en el que han tenido lugar acontecimientos impactantes como crisis económica y una pandemia pero también la gran transformación derivada de la innovación tecnológica, en particular la que se deriva de la Digitalización y la irrupción de la Inteligencia Artificial (que llamaremos D+IA).

La medida del impacto de una universidad, con cierta regularidad, es una forma de rendir cuentas antes sus públicos objetivos, que van desde la comunidad universitaria a la administración pública o la sociedad en general.

En el segundo estudio se utilizó un término más acorde con el objetivo que se perseguía que no es otro que el análisis de la generación de valor. En concreto, se denominó *Generación de valor de la UGR en su entorno. Análisis del impacto económico y social*. Puesto que se trata de analizar el impacto de la universidad no solamente considerando aspectos de gasto o demanda sino también en cuanto que contribuye a generar capital humano, a desarrollar actividades de transferencia y de extensión cultural, también a construir una reputación o por la implicación en proyectos estratégicos de su entorno.

El presente estudio continua por esa senda y actualiza los resultados con datos económicos correspondientes al año 2023, mientras que otros indicadores, como la producción científica, los rankings y demás variables, se encuentran actualizados hasta el año 2025. Además de actualizar los datos, se amplía el alcance de los indicadores y refuerza la comparabilidad con otros trabajos internacionales. Para enmarcar esta evolución y situar la base conceptual sobre la que se construye el nuevo análisis, la introducción que se presenta a continuación recupera las aportaciones consideradas seminales en la literatura sobre impacto universitario, presenta un resumen de los principales hallazgos del primer informe de impacto económico presentado en 2020, actualiza el marco teórico y el estado del arte en los últimos cinco años y, por último, presenta algunos de los principales resultados de este nuevo informe.

Analizar el impacto de las universidades públicas permite comprender con mayor precisión su papel como agentes clave en la economía local y regional. Más allá de su función formativa, investigadora y de transferencia/responsabilidad social, las universidades generan gasto, empleo y actividad económica en general, a través de sus operaciones cotidianas, consumos asociados a su comunidad y capacidad para atraer recursos y personas. Evaluar ese impacto de forma sistemática proporciona información útil para la toma de decisiones, tanto a nivel institucional como en el ámbito de las políticas públicas, y contribuye a justificar con datos el uso de recursos destinados a la educación superior.

Un informe reciente de la Universidad de Birmingham señala que las universidades están adoptando enfoques más sofisticados para estimar su contribución económica, combinando análisis cuantitativos con evidencia cualitativa para captar mejor su papel en el desarrollo regional (Hassan et al., 2024). En los últimos años se han producido avances significativos en el uso de las herramientas analíticas para la medición del impacto económico de las universidades. En el análisis del sector público

y de la educación superior, se han ido consolidando los modelos como el input-output, los multiplicadores de gasto y los enfoques centrados en el retorno social de la inversión (SROI). Estos métodos permiten cuantificar tanto el efecto directo de la universidad en términos de gasto o empleo, como su capacidad para inducir actividad económica en otros sectores y generar beneficios sociales no directamente monetarios.

Por eso, este tipo de estudios no deberían verse como ejercicios puntuales, sino como parte de una forma más amplia de entender qué lugar ocupan hoy las universidades en la economía y la sociedad. En un momento en el que se exige cada vez más transparencia y buen uso de los recursos públicos, contar con datos que ayuden a explicar el valor que generan estas instituciones es más necesario que nunca. Más aún si se tiene en cuenta que la financiación pública de la universidad atraviesa una etapa de creciente presión, con recursos que, en muchos casos, tienden a recortarse o a condicionarse a criterios de eficiencia. Esto cobra aún más sentido en contextos como el de Granada, donde la universidad tiene un peso real en el desarrollo económico y social de su territorio.

En la última década, el análisis económico ha ido ganando espacio en el ámbito de la educación superior, no solo como mecanismo de evaluación, sino también como herramienta de planificación y toma de decisiones. Las universidades, así como las administraciones públicas y los organismos internacionales, incorporan cada vez más datos económicos para interpretar el funcionamiento de los sistemas universitarios, proyectar escenarios presupuestarios y orientar las políticas de financiación, calidad o gobernanza. Como destaca la OCDE, el nivel de inversión en educación terciaria se analiza cada vez más en relación con indicadores como los patrones de matrícula, los tipos de programas o la intensidad investigadora, con el fin de fundamentar decisiones de política educativa sobre bases empíricas rigurosas (OECD, 2024).



Esta incorporación progresiva de datos económicos a la toma de decisiones también ha tenido un efecto directo en cómo se evalúan y comparan las universidades. Cada vez es más común que los sistemas de acreditación, los informes de rendimiento institucional o los rankings internacionales integren indicadores relacionados con la eficiencia del gasto, el impacto económico o el retorno de la inversión. Ejemplos de esta tendencia pueden verse en los *Impact Rankings* de *Times Higher Education*, que valoran el impacto económico y social de las universidades en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (World Economic Forum, 2024), o en los marcos de evaluación institucional que incluyen criterios de sostenibilidad financiera y eficiencia en el uso de recursos (UNESCO, 2023). Estas prácticas reflejan una evolución en la manera de entender la universidad, pues además de su misión académica, se espera que rinda cuentas como organización pública, con criterios que combinan sostenibilidad, impacto y responsabilidad con el entorno.

A medida que el análisis del impacto económico y social se convierte en una herramienta habitual para comprender y gestionar las instituciones de educación superior, también crece el interés por aplicar este enfoque a casos concretos que permitan observar cómo se aplican estas dinámicas en contextos específicos. No todas las universidades tienen el mismo peso, ni generan los mismos efectos en su entorno. Por eso, resulta especialmente relevante analizar instituciones con una fuerte implantación territorial y una estructura compleja, para poder apreciar en qué medida la universidad puede actuar como motor económico y social. En este sentido, la Universidad de Granada ofrece un ejemplo especialmente adecuado para examinar esta relación entre educación superior, economía y desarrollo regional.

La Universidad de Granada ocupa una posición destacada dentro del sistema universitario español. Su tamaño, su diversidad académica, su intensidad investigadora y su papel como institución pública con fuerte presencia territorial la convierten en un caso especialmente adecuado para analizar cómo la universidad incide en la economía y en la sociedad de su entorno. Tanto en el contexto andaluz, especialmente en la provincia de Granada, como en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, la UGR desempeña un papel clave como centro de formación e investigación, además de ser motor de empleo, dinamización económica e impulso a la innovación y el desarrollo.

Según los últimos datos disponibles en *UGR en cifras* (Oficina del Dato, Vicerrectorado para los campus de Ceuta y Melilla, Planificación Estratégica y Comunicación), actualizados a octubre y noviembre de 2024, la Universidad de Granada cuenta con más de 56.800 estudiantes matriculados en títulos oficiales, distribuidos entre grados, másteres, programas de doctorado y formación permanente. Su plantilla está integrada por cerca de 3.700 docentes y más de 2.500 personas de administración y servicios. La oferta académica supera los 350 programas de enseñanza reglada, y se apoya en una estructura compuesta por 26 centros propios, 124 departamentos y 19 institutos de investigación. Estas cifras reflejan la magnitud de una institución que, por volumen, diversidad académica y capacidad investigadora, desempeña un papel central en el sistema universitario andaluz y nacional.

Además, más allá de su estructura interna o de su volumen de actividad, las instituciones universitarias están sujetas a evaluaciones sistemáticas que comparan su rendimiento con el de otras universidades, tanto dentro como fuera de su país. En este marco, la Universidad de Granada ha logrado mantener una posición destacada en los principales rankings, consolidando una reputación académica que trasciende el ámbito local. La posición destacada que la Universidad de Granada ha mantenido y sigue manteniendo dentro del sistema universitario español no es solo fruto de su tamaño o antigüedad, sino también del reconocimiento continuado que recibe por parte de diversas organizaciones de evaluación académica.



Según el *U-Ranking 2024*, elaborado por la Fundación BBVA y el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie), la UGR se sitúa entre las cuatro mejores universidades de España, ocupando el primer lugar en Andalucía. Este resultado se basa en indicadores que combinan rendimiento docente, actividad investigadora y capacidad de innovación, lo que refleja un perfil institucional equilibrado y competitivo (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas y Fundación BBVA, 2024).

A nivel internacional, este desempeño también se mantiene. En la edición 2024 del *Academic Ranking of World Universities* (ARWU), la Universidad de Granada aparece entre las 400 mejores universidades del mundo. Este ranking, orientado a la evaluación de datos más objetivos, valora especialmente la producción científica y la calidad investigadora, situando a la UGR como la primera universidad andaluza y una de las más reconocidas a nivel nacional (ARWU, 2024). En paralelo, el *QS World University Rankings by Subject 2025* (QS, 2025) consolida su liderazgo en varias disciplinas específicas, como Matemáticas, Ciencias del Deporte y Odontología, donde la universidad ocupa posiciones destacadas tanto a nivel nacional como internacional.

Estos son algunos indicadores, que se analizan con más detalle en capítulos posteriores, que muestran que la Universidad de Granada es una pieza clave dentro del mapa universitario del sur de Europa y un buen ejemplo de cómo una universidad pública puede generar impacto cuando combina tamaño, solidez institucional y una fuerte orientación hacia la internacionalización.

1.2. La medida del impacto de la universidad: la experiencia de la UGR

El primer *‘Estudio del Impacto Económico de la Universidad de Granada’* se publicó en 2009 (Luque-Martínez, del Barrio-García y Aguayo-Moral, 2009), promovido por el Consejo Social de la universidad. Con él se abría una línea de trabajo inédita hasta entonces en la institución, que consistía en medir de forma sistemática el papel que la UGR desempeñaba en la economía de su entorno más inmediato. En un contexto en el que este tipo de análisis apenas había empezado a surgir en el sistema universitario español, el estudio supuso un esfuerzo notable por traducir en datos el impacto real de la universidad más allá de su dimensión educativa o investigadora. Coincidió, además, con un momento de transformación del sistema de educación superior europeo, marcado por la Estrategia de Lisboa, la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior y la puesta en marcha, en España, de la Estrategia Universidad 2015.

Desde el punto de vista técnico, el estudio se apoyó en un modelo de referencia en el ámbito internacional, el de Caffrey e Isaacs (1971), que fue adaptado a las características específicas del contexto granadino. La metodología utilizada respondía a una lógica contable, centrada en estimar los efectos directos, indirectos e inducidos de la actividad universitaria a partir de datos presupuestarios, del gasto de los estudiantes y del empleo vinculado a la UGR. La información se obtuvo combinando fuentes internas y externas, y el análisis se centró en la escala provincial como espacio de referencia.

Más allá de las cifras, el estudio ofrecía una primera imagen clara del peso económico de la universidad. Permitió identificar el efecto dinamizador que la UGR ejercía sobre distintos sectores del entorno, con un protagonismo destacado del consumo estudiantil, los sueldos del personal universitario y la red de actividades y servicios que se generan alrededor del funcionamiento diario de la institución. También evidenció la capacidad de la UGR para sostener empleo, de manera directa e indirecta, y su influencia sobre otros flujos económicos, como las inversiones o el turismo académico.

Uno de los elementos más significativos del análisis fue el intento de diferenciar el impacto atribuible a los estudiantes que, de no existir la universidad, no habrían residido en Granada, así como de estimar su efecto sobre el mercado laboral local. Aunque también se abordaron otras dimensiones, como la transferencia de conocimiento, el patrimonio cultural universitario o la vocación emprendedora de la institución, estas se trataron de forma más exploratoria.

El propio informe recogía algunas limitaciones. Algunas eran metodológicas, como la dificultad para definir con claridad el área geográfica de influencia o para evitar sobrestimaciones asociadas al uso de determinados multiplicadores. Otras eran más estructurales, relacionadas con la falta de referentes comparables o de marcos comunes para evaluar este tipo de impactos en el contexto español. Se identificaba también del riesgo de interpretar los resultados como una medida exhaustiva del valor generado por la universidad, obviando su carácter complejo y multidimensional.

Con todo, aquel primer estudio marcó un antes y un después. Supuso la institucionalización del análisis del impacto económico en la UGR y abrió un camino que permitiría, años más tarde, desarrollar estudios más ambiciosos, con enfoques metodológicos más afinados y una mirada más integral sobre el papel que desempeña la universidad en su entorno.

Una década más tarde de ese primer estudio, la Universidad de Granada decidió dar un paso más y abordar un análisis más ambicioso, que se publicó en 2020 bajo el título *‘Generación de valor de la UGR en su entorno. Análisis del impacto económico y social’* (Luque-Martínez et al., 2020). De nuevo con el impulso del Consejo Social, esta segunda edición no se limitaba a actualizar los datos previos, sino que

proponía una mirada más amplia sobre el papel que desempeña la universidad en su territorio. El objetivo era comprender mejor cómo contribuye la UGR no solo como institución educativa e investigadora, sino también como motor económico, generadora de empleo, formadora de capital humano y agente activo de transformación social.

En el plano metodológico, el estudio incorporó un modelo input-output más afinado, ajustado al marco contable regional, que permitió captar con mayor detalle los efectos económicos ligados a la actividad universitaria. A diferencia del trabajo anterior, esta vez se amplió la unidad de análisis para incluir no solo la universidad como tal, sino también las entidades vinculadas a su estructura institucional. Además, se diseñó una encuesta representativa dirigida al alumnado, que aportó datos de primera mano sobre sus pautas de gasto y permitió estimar con mayor precisión el impacto económico derivado de su presencia. También se tuvo en cuenta el gasto vinculado a visitantes con fines académicos, como congresistas, investigadores o asistentes a jornadas, lo que supuso un avance en la incorporación de factores habitualmente menos visibles en este tipo de estudios.

Los resultados pusieron en evidencia el papel estratégico que desempeña la UGR como uno de los principales dinamizadores de la economía provincial. El análisis mostró cómo la actividad universitaria se entrelaza con numerosos sectores del entorno, y cómo su presencia se manifiesta en la generación de empleo, en el consumo de bienes y servicios, y en la demanda de infraestructuras que sostienen la vida universitaria. Se destacó especialmente la importancia del gasto estudiantil en sectores clave como la vivienda, la restauración o el comercio, y se subrayó su carácter constante y recurrente.

El informe también permitió observar cómo se estructura internamente la economía universitaria. El análisis del presupuesto puso de relieve el peso de los recursos destinados al personal, el esfuerzo inversor en infraestructuras y la atención a los servicios generales, ofreciendo así una imagen más completa de cómo se gestiona el valor generado por la institución y de qué manera esa gestión contribuye al desarrollo local desde una lógica de equilibrio y eficiencia.

Uno de los elementos más innovadores del estudio fue la incorporación de una dimensión social y reputacional. Se exploraron beneficios menos tangibles, pero igualmente relevantes, como la generación de capital humano, la difusión del conocimiento, la proyección internacional o el papel cultural de la universidad. También se recogieron las valoraciones de la comunidad estudiantil, que mostraron matices interesantes según el nivel formativo, y se puso de relieve la implicación activa de la UGR en proyectos estratégicos tanto regionales como europeos, como muestra de su compromiso con el entorno.

Al mismo tiempo, el informe señaló algunas limitaciones. Se identificaron una serie de retos metodológicos importantes para el futuro, como la actualización de las bases contables, el uso de microdatos fiscales para medir con mayor precisión el retorno impositivo, la necesidad de integrar el impacto ambiental en el análisis, y la conveniencia de incorporar información sobre la trayectoria profesional de los egresados como indicador de empleabilidad. En conjunto, esta segunda evaluación supuso un claro salto respecto al estudio de 2009, tanto por la profundidad del análisis como por la amplitud de perspectivas incorporadas. Sobre esa base se construye ahora el nuevo enfoque que guía el presente informe.

A lo largo de los últimos quince años, la Universidad de Granada ha consolidado una trayectoria sostenida en el análisis de su impacto económico, con la elaboración de estos estudios previos que marcaron hitos importantes en el contexto universitario andaluz y nacional. Estos trabajos permitieron avanzar desde una primera aproximación cuantitativa a una visión más integral y compleja de la contribución universitaria al desarrollo económico, social y territorial.

De estos dos análisis se desprenden varias enseñanzas que orientan el enfoque del presente estudio. En primer lugar, la importancia de disponer de datos primarios rigurosos y modelos adaptados al contexto local, que permitan estimaciones más realistas y comparables. En segundo lugar, la necesidad de integrar dimensiones intangibles, que trascienden las métricas tradicionales de producción y empleo. En tercer lugar, la utilidad de estos estudios no solo como herramienta de análisis económico, sino como instrumento estratégico para la toma de decisiones, la planificación institucional y la interacción con el entorno.

Al mismo tiempo, estos trabajos han evidenciado ciertos retos metodológicos: la dependencia de bases de datos regionales actualizadas, la dificultad para aislar el efecto neto de la universidad sobre variables complejas como el empleo o la innovación, y la necesidad de seguir avanzando en la medición de impactos ambientales o reputacionales.

Sobre la base de esta experiencia acumulada, el estudio que ahora se presenta busca dar un paso más, no solo actualizando las estimaciones anteriores, sino incorporando nuevas preguntas, reforzando la comparabilidad con estudios internacionales y adoptando un enfoque más abierto y sensible a los cambios estructurales que han marcado el periodo reciente. Todo ello en un tiempo marcado por la aceleración de los procesos de digitalización y la irrupción de la inteligencia artificial que fuerzan a repensar el papel de la universidad.



1.3. Evolución del análisis del impacto económico universitario: fundamentos y desarrollos recientes

El análisis del impacto económico de las universidades se ha ido consolidando como una línea de estudio específica, con marcos metodológicos cada vez más estructurados y una presencia creciente en los debates sobre financiación, planificación territorial y rendición de cuentas en la educación superior. Sus orígenes se sitúan en Estados Unidos a comienzos de la década de 1970, en un momento de fuerte expansión del sistema universitario y con un creciente interés por demostrar ante la sociedad y las administraciones públicas la utilidad de la inversión en educación superior. Fue en ese contexto cuando las instituciones académicas comenzaron a utilizar los estudios de impacto económico como herramienta para comunicar su contribución a las economías locales y estatales, frente a un entorno de financiación pública cada vez más vigilado (Siegfried, Sanderson & McHenry, 2007).

Uno de los primeros referentes en este campo fue el trabajo de Caffrey e Isaacs (1971), que elaboraron un modelo orientado a estimar el impacto de una universidad sobre su entorno inmediato, principalmente en términos de producción, renta y empleo. La propuesta se basaba en una estructura input-output simplificada, que permitía cuantificar los efectos directos del gasto universitario (presupuestos, salarios, consumo de estudiantes), así como los efectos indirectos e inducidos, derivados de la interacción entre sectores, y del consumo final. Este modelo fue adoptado rápidamente por numerosas universidades estadounidenses, tanto para estudios internos como para interlocución política, y se convirtió en la referencia dominante durante al menos dos décadas.

En los años siguientes, diversos estudios contribuyeron a ampliar el repertorio metodológico y contextual del análisis del impacto universitario. Uno de los trabajos más relevantes en términos de recomendaciones técnicas fue el de Elliott et al. (1988), que propuso una serie de mejoras al modelo de Caffrey e Isaacs con el objetivo de evitar sobreestimaciones: delimitar mejor los gastos atribuibles exclusivamente a la universidad, recoger información sobre la procedencia geográfica de estudiantes y visitantes, y utilizar multiplicadores regionales ajustados. Estas propuestas fueron la base para enfoques posteriores como el de Ambargis, McCombs y Robbins (2011), que recomendaban calibrar los multiplicadores a partir de datos reales y detallados de gasto local mediante el sistema RIMS II.

A partir de los años noventa, el enfoque comenzó a diversificarse, especialmente en el contexto británico. El trabajo de Brown y Heaney (1997) propuso una adaptación del modelo input-output clásico a escalas regionales más pequeñas, introduciendo ajustes metodológicos para evitar la sobrestimación de los efectos multiplicadores. Además, subrayaron la importancia de incorporar el gasto estudiantil como variable diferenciada, reforzando así la idea de que la comunidad universitaria actúa como motor económico más allá del presupuesto institucional.

La primera década del siglo XXI también vio crecer el número de estudios institucionales aplicados al caso de América del Norte, como los de Ohme (2003), Carroll y Smith (2006), o Appleseed (2009), que aplicaron variantes del modelo input-output con multiplicadores regionales y matrices sectoriales. También esta época supuso un punto de inflexión también en Europa, con la consolidación institucional de los estudios de impacto económico, impulsados por redes universitarias y organismos públicos. Un ejemplo destacado fue el informe de Kelly, Marsh y McNicoll (2002), que cuantificó el impacto del sistema universitario británico en más de 34.800 millones de libras y 562.600 empleos, subrayando también el peso creciente del sector privado e internacional en la financiación. El estudio reforzó la idea de las universidades como actores económicos estratégicos a escala nacional.

En paralelo, se fue consolidando un enfoque más amplio, centrado no solo en el impacto económico directo, sino también en los beneficios sociales derivados de la educación superior. En este sentido, el trabajo de McMahon (2009) fue especialmente influyente al integrar dentro del marco del capital humano moderno una serie de efectos no monetarios asociados a la educación, como la mejora de la salud, la longevidad, la participación cívica, la cohesión social y el bienestar subjetivo. Según el autor, estos beneficios, aunque más difíciles de cuantificar, tienen implicaciones económicas relevantes y refuerzan la justificación pública de la inversión universitaria.

Durante la década de 2010-2020 se produjo una expansión de estudios comparativos, que adaptaron metodologías previas al contexto regional y nacional. Estudios en Irlanda o Alemania, como los de Zhang (2017) o Glückler, Panitz y Wuttke (2018), permitieron analizar las condiciones institucionales que modulan el alcance del impacto. Paralelamente, consultoras especializadas como BiGGAR Economics desarrollaron análisis de impacto de universidades para redes como LERU (BiGGAR Economics, 2015) o ETH Domain (BiGGAR Economics, 2017), en los que se estimaron efectos significativos sobre empleo y valor añadido bruto.

Junto a estos enfoques económicos, se consolidaron trabajos que incorporaban dimensiones cualitativas o de largo plazo, como la evolución de las trayectorias laborales de los egresados (Johansen y Arano, 2016), o el papel de las universidades en ciudades de tamaño medio desde una perspectiva relacional y cultural (Lazzeroni y Piccaluga, 2015). Finalmente, propuestas metodológicas como la del modelo BRIDE de Scoble et al. (2010) mostraron cómo integrar impactos cualitativos en estrategias de evaluación más completas.

En el ámbito español, el interés por los estudios de impacto económico universitario fue más tardío que en otros contextos, pero ha crecido de forma notable en los últimos años. Un punto de inflexión importante fue el informe promovido por la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas - CRUE (Informe SUE, 2018), que ofreció una estimación agregada del impacto económico del sistema universitario, con resultados comparables entre instituciones y un esfuerzo explícito por mejorar la transparencia metodológica. En este contexto, el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) ha desempeñado un papel especialmente relevante, consolidándose como uno de los actores clave en el desarrollo metodológico de estos estudios en España. Sus trabajos han contribuido a refinar las estimaciones a corto plazo y, sobre todo, a avanzar en la medición de los efectos a largo plazo mediante metodologías comparables entre instituciones. A partir de un modelo input-output común, el Ivie ha incorporado técnicas como las simulaciones de Monte Carlo para integrar la incertidumbre en los multiplicadores económicos, delimitando mejor los escenarios contrafactuales y reduciendo el riesgo de sobreestimación (Pastor, Pérez y De Guevara, 2013; Pastor y Peraita, 2016). Esta propuesta se ha aplicado de forma sistemática en estudios de impacto económico y social de una decena de universidades españolas, así como del sistema universitario valenciano y del conjunto del sistema público español (Pastor et al., 2009; Pastor y Peraita, 2012). Entre sus principales aportes metodológicos se encuentran la coherencia en el tratamiento de los agentes económicos, la inclusión de indicadores sociales y la posibilidad de comparación con universidades de otros países europeos.

En conjunto, este recorrido revela un campo en progresiva sofisticación, que ha ido incorporando nuevas fuentes de datos, modelos más precisos y dimensiones de análisis más amplias, tanto a nivel internacional como nacional. El presente estudio de la Universidad de Granada se enmarca en esta evolución metodológica, recuperando lo aprendido de estos antecedentes y adoptando, cuando es posible, las recomendaciones que han demostrado mayor utilidad empírica y analítica en contextos comparables.

Durante el periodo comprendido entre 2019 y 2025, el análisis del impacto económico de las universidades ha experimentado un avance en términos metodológicos, conceptuales y geográficos. Lejos de limitarse a cuantificar los efectos inmediatos del gasto universitario, los estudios recientes han introducido modelos más sofisticados, adaptaciones territoriales y enfoques que integran dimensiones sociales y medioambientales. Esta renovación responde tanto a una mayor exigencia institucional de rendición de cuentas como al interés por comprender el papel de las universidades en sistemas regionales de innovación y desarrollo.

Una de las principales tendencias ha sido la consolidación de modelos input-output regionales, aplicados con desagregaciones funcionales y geográficas cada vez más detalladas. El estudio de Chisholm-Burns, Chang y Cooper (2020) demuestra la viabilidad de aplicar modelos IMPLAN al estudio del impacto de organizaciones universitarias. Los modelos IMPLAN (IMpact analysis for PLANning) son herramientas de análisis económico regional utilizadas para estimar los efectos directos, indirectos e inducidos de una actividad sobre una economía concreta. Se basan en modelos input-output y permiten cuantificar cómo un gasto inicial en un sector repercute en otros sectores económicos a través de sus interdependencias. Los modelos IMPLAN presentan diferencias relevantes respecto a otras herramientas empleadas en el contexto europeo, como el modelo RIMS II o las tablas regionales armonizadas utilizadas por Eurostat. Mientras que IMPLAN permite una personalización más detallada de sectores y regiones a partir de bases de datos comerciales actualizadas anualmente, el modelo RIMS II se caracteriza por una mayor estandarización metodológica y por el uso de multiplicadores derivados directamente de cuentas nacionales, lo que facilita la comparación interregional, pero limita la adaptabilidad local. En Europa, por su parte, las estimaciones suelen basarse en matrices input-output nacionales con adaptaciones regionales ad hoc, que a menudo carecen de actualización frecuente. Esta diversidad metodológica refuerza la necesidad de transparencia y replicabilidad en la elección del modelo de análisis económico aplicado a universidades.

Con la intención de adaptarse al entorno cambiante, se ha producido también una ampliación metodológica hacia modelos híbridos o alternativos. Dotti et al. (2020) proponen una versión ajustada del multiplicador local para evaluar el impacto de la inversión pública en I+D, incorporando flujos fiscales y *spillovers* interregionales. En la misma línea, Khalaf, Jolley y Clouse (2022) desarrollan una metodología estandarizada para pequeñas instituciones con recursos limitados, basada en datos administrativos y criterios conservadores, con énfasis en evitar sobrestimaciones.

Desde una perspectiva institucional, Hobbs, Link y Shelton (2020) analizan el papel de los parques científicos universitarios en Estados Unidos, detectando una escasa implementación de estudios de impacto por falta de capacitación y cultura de evaluación. Este hallazgo conecta con las recomendaciones de Hassan et al. (2024) quienes, a partir de una revisión de más de 90 estudios, proponen integrar métricas de retorno fiscal, valor público y capital cívico, superando los modelos centrados exclusivamente en output económico. En esta misma línea de ampliación conceptual, Ayuso, Sánchez, Retolaza y Figueras-Maz (2020) aplican el modelo de valor social integrado (ISV) a la Universitat Pompeu Fabra. Este enfoque abre nuevas posibilidades para incluir la percepción de los *stakeholders*, la calidad relacional y el impacto reputacional como dimensiones del valor universitario, confirmando lo que ya se había propuesto en el anterior estudio del impacto económico de la Universidad de Granada en 2020.

En el ámbito de la innovación y la colaboración universidad-empresa, Vernon, Danley y Yang (2021) desarrollan un modelo empírico multidimensional que integra producción científica, impacto en salud pública y retorno económico, proponiendo indicadores comparables y replicables. Complementariamente, Rossi et al. (2024) analizan 171 informes de impacto, identificando cinco tipos principales de impacto (económico, social, ambiental, político y sanitario) y subrayando la importancia de la proximidad institucional y cognitiva en la generación de resultados. Estos resultados refuerzan la necesidad de enfoques integrales y contextualizados, que permitan captar los distintos niveles y dimensiones del impacto universitario, tal como vienen reclamando diversos autores en los últimos años.

Al mismo tiempo, el análisis del impacto económico de las universidades se ha ido extendiendo a otras regiones del mundo. Es así como Bawa y Pouris (2023) estiman el impacto económico de las universidades públicas de Sudáfrica. En Tailandia, Chinnakum et al. (2024) aplican un modelo mixto para medir el impacto económico y social de la Universidad de Chiang Mai, estimando más de 750 millones de dólares en producción generada y 20.000 empleos sostenidos, con efectos positivos sobre movilidad social y acceso a servicios. En Japón, Yanagiura y Tateishi (2024) aplican modelos de efectos fijos por prefectura para analizar el impacto de universidades privadas pequeñas no investigadoras, detectando un incremento del 0,4 % en el PIB per cápita asociado a su presencia.



En el contexto español, en los últimos años se han publicado algunos estudios de impacto económico que resultan fundamentales no solo como meros ejercicios de cuantificación, sino como instrumentos estratégicos para la gobernanza y la planificación de las instituciones universitarias y de las políticas públicas.

A escala regional, el Ivie junto con la Universitat de València (Pastor et al., 2024) demuestran la utilidad de los modelos input-output de tipo II para desagregar los impactos directos, indirectos e inducidos sobre producción, renta, empleo y recaudación fiscal. Al cuantificar el retorno social del gasto universitario, legitima la exigencia de una financiación estable y equilibrada que favorezca la cohesión territorial y el desarrollo de clústeres de conocimiento, clave para la competitividad de la Comunitat Valenciana. A escala nacional, el estudio de Suriñach, Vayá y Murillo (2023) de la Universitat de Barcelona refuerza la necesidad de elevar la inversión universitaria hasta al menos el 1 % del PIB, no solo por su capacidad probada de generar empleo y riqueza adicional, sino también para asegurar la viabilidad futura de las universidades como agentes de transformación social.

Asimismo, el informe de la CRUE publicado en 2024 pone el foco en cómo las series temporales y las tabulaciones cruzadas permiten identificar desequilibrios entre la oferta formativa y el mercado laboral, señalando áreas de intervención prioritarias para mejorar la empleabilidad y orientar los recursos hacia titulaciones con mayor potencial de crecimiento. Al visibilizar la resiliencia del sistema universitario frente al descenso demográfico juvenil, sienta las bases para defender la inversión en educación superior como palanca de innovación y cohesión social. De modo análogo, la Fundación CYD (2025a) aporta un diagnóstico riguroso sobre la financiación y el perfil del PDI que revela la alta dependencia de transferencias públicas y las notables disparidades autonómicas. Este enfoque multidimensional no solo aporta transparencia a la asignación de recursos, sino que también ilumina las sinergias posibles entre universidades, sector privado y administraciones autonómicas, ofreciendo un marco de referencia para las reformas de la LOSU y los planes de mecenazgo cultural y científico.

Los trabajos más recientes, han dirigido sus esfuerzos a la delimitación del alcance del impacto universitario. Capriolo, Barbato y Turri (2025) ofrecen una revisión sistemática de 96 estudios, en la que identifican una fragmentación metodológica generalizada, dificultades para articular las dimensiones de transferencia, capital humano y desarrollo local, y escasa claridad en la definición del 'impacto local'. Esta crítica se ve reforzada por los hallazgos de Rodríguez-Pose y Wang (2025), quienes, tras analizar datos de 290 municipios suecos, concluyen que el impacto positivo de las universidades sobre el PIB per cápita solo es significativo en regiones con mercados laborales e instituciones ya desarrolladas. Con el fin de dar una respuesta a esta problemática, ya anteriormente detectada, el trabajo de Luque-Martínez et al. (2023) ofrece una guía replicable para otras instituciones universitarias, al documentar de forma detallada cada etapa del proceso, desde la definición del ámbito de análisis y la recogida de datos primarios. Esta sistematización contribuye a la construcción de un marco común de referencia para el estudio del impacto económico universitario, facilitando la comparabilidad entre resultados y promoviendo estándares compartidos de evaluación a escala nacional e internacional.

En conjunto, la literatura publicada entre 2020 y 2025 refleja una etapa de consolidación y diversificación del análisis del impacto económico universitario. La combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos, la importancia del contexto territorial y la incorporación de criterios de valor público crean un campo más complejo, crítico y transversal. El presente estudio se inserta en esta corriente, asumiendo sus recomendaciones y explorando nuevas formas de captar el valor generado por la Universidad de Granada en un entorno económico, social y político en transformación.

En suma, todos estos trabajos ofrecen la evidencia empírica y metodológica necesaria para orientar el análisis del impacto de las universidades.

Tabla 1.2. Extracto de los principales avances en estudios de impacto económico universitario 2019-2025

Estudio / Autores	Año	Ámbito geográfico	Aportaciones clave
Ayuso, Sánchez, Retolaza y Figueras-Maz	2020	Barcelona, España	Aplicación del modelo ISV.
Vernon, Danley y Yang	2021	EE. UU.	Modelo empírico multidimensional que incluye producción científica, salud pública y retorno económico.
Pereira, Mourato, Alves y Serafim	2021	Portalegre, Portugal	Medición del impacto económico de una institución en zona de baja densidad.
Khalaf, Jolley y Clouse	2022	Ohio, EE. UU.	Metodología accesible para pequeñas universidades.
Luque-Martínez, del Barrio-García, Doña-Toledo y Faraoni	2023	Granada, España	Aplicación de metodología replicable con uso del modelo input-output andaluz.
Suriñach, Vayá y Murillo	2023	España	Importancia de financiación y aumento del gasto en educación con respecto al PIB del país.
Pastor et al.	2024	Comunidad Valenciana	Importancia y utilidad de los modelos input-output de tipo II.
Rossi, De Silva, Pavone, Rosli y Yip	2024	Reino Unido	Análisis temático de 171 informes; cinco tipos de impacto y relevancia de la proximidad institucional.
OCDE	2024	Internacional	Relevancia creciente de indicadores económicos en la gestión universitaria y formulación de políticas.
Hassan, Read, Riley, Pugh y Green	2024	Internacional	Revisión de literatura que propone integrar retorno fiscal, valor público y capital cívico en la evaluación del impacto.
Capriolo, Barbato y Turri	2025	Internacional	Revisión sistemática que evidencia fragmentación metodológica y ambigüedad en la definición de impacto local.

Fuente: elaboración propia

1.4. Transformaciones recientes y contexto actual

El impacto económico y social de las universidades no puede analizarse de forma aislada respecto al entorno cambiante en el que estas instituciones desarrollan su actividad. En los últimos años, una serie de transformaciones globales han redefinido el papel de la universidad en la sociedad, alterando tanto sus formas de funcionamiento interno como sus relaciones con el territorio. Medir el impacto de una universidad en este contexto requiere una mirada más amplia, capaz de integrar dimensiones nuevas o insuficientemente consideradas, y de captar los desafíos que caracterizan la etapa actual.

Ahora no se pretende ofrecer un análisis exhaustivo de todas estas transformaciones, pero sí destacar algunos de los cambios más significativos que afectan y han afectado directamente a la manera en que se entiende y se valora el papel de la universidad en la economía y en la sociedad. Esta reflexión se organiza en torno a tres ejes: la pandemia, la transformación digital y los desafíos territoriales. Se señalan puntos clave que deberían llevar a una reflexión y ser tenidos en cuenta en los estudios de impacto económico, y al mismo tiempo se proponen preguntas sobre cómo evolucionar hacia marcos de análisis más sensibles al contexto, más representativos del valor producido y más útiles para la toma de decisiones en un escenario incierto.

En primer lugar, existen desafíos propios de cada contexto territorial. En el caso de Andalucía, y de Granada, Ceuta y Melilla en particular, la Universidad desempeña su función en un entorno marcado por tensiones estructurales: desigualdades territoriales, procesos de despoblación rural, concentración de servicios en áreas urbanas, dependencia de sectores económicos vulnerables, y una financiación autonómica que a menudo resulta insuficiente para sostener políticas de largo plazo. Estos factores condicionan no solo la acción de la universidad, sino también la manera en que su impacto se distribuye y se percibe. Una misma inversión puede tener efectos muy distintos según el territorio o el tipo de tejido productivo al que se vincule. Además, las políticas de desarrollo regional, la planificación urbana, la movilidad y la estructura del mercado laboral influyen directamente en la capacidad de la universidad para generar valor sostenible.

Por ello, los estudios de impacto económico deberían afinar su mirada territorial, incorporando herramientas que permitan captar las variaciones intra e interregionales, y ofreciendo información útil para la toma de decisiones públicas. No se trata solo de medir cuánto aporta la universidad, sino de entender cómo, dónde y para quién se produce ese valor.

La pandemia de COVID-19 ha sido, sin duda, uno de los eventos más disruptivos del sistema universitario en las últimas décadas. Por un lado, obligó a una reorganización urgente de las actividades docentes, investigadoras y administrativas y, por otro lado, puso en evidencia la capacidad de las universidades para sostener el funcionamiento institucional en contextos de alta incertidumbre. En cuestión de semanas, se aplicó la docencia virtual, se rediseñaron procesos de evaluación, se adaptaron calendarios y se mantuvo, en muchos casos, la continuidad de los servicios esenciales. Este esfuerzo supuso una carga extraordinaria de trabajo, la reconfiguración del gasto institucional y una rápida toma de decisiones que rediseñó los marcos habituales de planificación estratégica. Al mismo tiempo, permitió que se visibilizara la universidad como infraestructura crítica, no solo por su función educativa, sino por su capacidad para generar respuestas científicas, sociales y tecnológicas en momentos de crisis.

Desde la perspectiva del impacto, la pandemia obligó a reconsiderar qué se mide, cómo se mide y para qué se mide. Las categorías tradicionales (empleo inducido, gasto agregado, producción generada) no alcanzan a capturar el valor de haber sostenido la actividad académica en condiciones extremas, ni el efecto que tuvo la universidad como espacio de contención social, generación de conocimiento útil y anclaje territorial. Este episodio subraya la necesidad de que los análisis de impacto incorporen nuevos indicadores relacionados, sobre todo, con la capacidad adaptativa que ha demostrado tener la institución universitaria.



Como consecuencia de la pandemia, la digitalización ha irrumpido, aún con más fuerza que la que ya tenía, como uno de los fenómenos más transformadores en la universidad contemporánea. No se trata solo de sustituir aulas físicas por plataformas virtuales, sino de una transformación más profunda que afecta a los modos de enseñar, aprender, investigar, gestionar y vincularse con el entorno. La digitalización reconfigura la universidad, automatiza procesos, redefine espacios, introduce nuevas métricas y expone a las universidades a formas de competencia inéditas.

En particular, la expansión de herramientas de inteligencia artificial (con todas las consecuencias positivas, pero también negativas, que ello supone) ha obligado a las universidades a revisar sus modelos operativos. Esta transformación tiene consecuencias directas sobre su impacto económico, no solo por las inversiones que exige, sino por los nuevos modelos de relación que genera con estudiantes, empresas, administraciones y ciudadanía.

En este contexto, un reciente estudio de la Fundación CYD (2025b) sobre el uso y percepción de la inteligencia artificial en el entorno universitario revela un panorama en plena transformación. La gran mayoría del estudiantado ya utiliza herramientas de IA como ChatGPT o Gemini para resolver dudas, buscar información o redactar trabajos, mientras que las universidades tienden a emplearlas en docencia e investigación, aunque con menor implantación en tutorías o evaluaciones. Tanto instituciones como alumnado coinciden en su potencial para mejorar el rendimiento académico y personalizar el aprendizaje, pero también reconocen riesgos significativos, como el plagio, la falta de esfuerzo o la pérdida de privacidad. Según el informe, las universidades han centrado sus esfuerzos formativos en el profesorado, desatendiendo en buena medida al estudiantado. Este desfase, unido a una aún escasa colaboración con empresas tecnológicas, sugiere que el despliegue del potencial económico y educativo de la inteligencia artificial en el ámbito universitario dependerá, en gran medida, de la capacidad de las universidades para integrar esta tecnología de forma inclusiva, ética y estratégica.

En términos de impacto, la digitalización y la inteligencia artificial introducen desafíos específicos: ¿cómo valorar los efectos económicos de una universidad que virtualiza parte de su docencia? ¿Qué peso tiene la presencia digital en el entorno local? ¿Cómo se mide la contribución académica y social de herramientas de IA ampliamente utilizadas por el estudiantado? ¿Qué implicaciones tiene la automatización de tareas docentes e investigadoras en el valor añadido generado por la universidad? ¿Debe computarse el desarrollo de competencias en inteligencia artificial como un nuevo indicador de impacto? Estas preguntas abren el camino hacia una concepción del impacto que ya no puede limitarse al territorio como espacio físico, sino que debe incorporar la dimensión relacional y digital en su análisis.

En conjunto, estos procesos plantean una exigencia común, que es la de repensar el impacto económico universitario desde una lógica más compleja y transversal, como ya ha manifestado la literatura. Además de actualizar cifras o aplicar modelos más precisos, es necesario ampliar el marco analítico, incorporar indicadores que reflejen la capacidad de transformación institucional, la generación de valor en el entorno digital, el compromiso social, la respuesta a crisis y la sintonía con los desafíos contemporáneos.

A partir de esta reflexión a modo de antecedente, a continuación, se describen los aspectos metodológicos aplicados del estudio. Siguen los capítulos dedicados a la estimación del impacto económico de la universidad, la generación de capital humano o la recaudación vía impuesto sobre la renta y valor añadido, siempre distinguiendo entre los campus de Granada, de Ceuta y de Melilla. Además, se analiza la posición de la UGR en el contexto regional, nacional e internacional en general y por campos científicos, con especial referencia a la producción científica y transferencia a partir de datos bibliométricos. También se analiza y estima una medida de la reputación, con especial referencia al ámbito digital. Finalmente, se expone la participación de la UGR en proyectos estratégicos, cuya relevancia es especialmente significativa por su impacto en el futuro del entorno.





2

Aspectos
metodológicos

2.1. Introducción

Este apartado detalla los aspectos metodológicos más relevantes relativos a la medida de las consecuencias del desarrollo de la actividad universitaria en su entorno. En él se explican y justifican las decisiones adoptadas en su desarrollo. La metodología es la misma que la aplicada en el estudio anterior sobre la generación de valor de la Universidad de Granada correspondiente al año 2018. Por tanto, este apartado retoma y coincide en lo esencial con el del citado estudio.

El análisis de las consecuencias del desarrollo de la actividad de una universidad ha recibido diversas denominaciones, tales como estudio de impacto económico, estudio de impacto general o estudio de contribución al desarrollo. Antes de profundizar en el proceso de medida, resulta pertinente hacer una breve mención a la función de la universidad, ya que su concepción determina en gran medida el enfoque metodológico adoptado.

Es sobradamente conocida y analizada la doble misión de formación e investigación en las universidades. A ello se añade una tercera misión relacionada con la transferencia, la extensión universitaria o el compromiso social. En esta línea, la OCDE y autores como Huggins y Cooke (1997) consideran que las universidades actúan como polos de atracción, generando empleo, estimulando la movilidad y promoviendo un entorno cultural y social que mejora la calidad de vida.

Smilor, Dietrich y Gibson (1993) introdujeron el concepto de universidad emprendedora, enfatizando su papel en la investigación, la transferencia de conocimiento y el impulso del desarrollo económico regional. Asimismo, la American Association of State Colleges and Universities (AASCU) identificó siete funciones clave de las universidades en el desarrollo económico (Elliot, Levin y Miesel, 1988), entre las que destacan la formación de recursos humanos, la asistencia técnica, la innovación, y el apoyo a nuevas industrias basadas en el conocimiento.

Goldstein, Maier y Luger (1995), así como Goldstein y Renault (2004), ampliaron esta visión, señalando ocho funciones de las universidades modernas: creación de conocimiento, desarrollo de capital humano, transferencia de know-how, innovación tecnológica, inversión de capital, liderazgo regional, infraestructura de conocimiento e influencia en el entorno regional. Estas funciones generan impactos que potencian el desarrollo, la creatividad, la innovación, la productividad y los nuevos negocios, tanto directa como indirectamente. Este enfoque ha sido adoptado por estudios de impacto realizados por entidades como Biggar Economics (2015, 2017), aplicado a universidades como Oxford o las pertenecientes a la LERU (League of European Research Universities).

Las misiones universitarias no escapan a los procesos de transformación que se producen, muy especialmente a los derivados de la digitalización e irrupción de la inteligencia artificial. Las misiones clásicas de la universidad deben incorporar esos cambios. Así, las universidades deben liderar la formación y adaptación en estas nuevas competencias, que podemos denominar D+IA: Digitales más Inteligencia Artificial. Las estrategias de digitalización se están implementando con diferente intensidad (van der Vlies, 2020) y las universidades tienen un papel muy relevante (World Economic Forum, 2020). Paralelamente deben liderar la investigación, la innovación y la implementación de estas nuevas tecnologías (UNESCO, 2021; European Commission, 2020) para el desarrollo de ecosistemas de innovación (EUA, 2019). Todo ello considerando los aspectos éticos que se deriven.

Un enfoque meramente económico y de corto plazo resulta insuficiente para evaluar el impacto universitario. Es fundamental considerar también los efectos de largo plazo, tal como sugiere Felsenstein (1996) entre otros autores, quien diferencia entre efectos hacia atrás (relaciones con agentes del entorno) y efectos hacia adelante (impacto en el territorio mediante la generación de capital humano, conocimiento e intangibles).

La universidad incrementa el capital del entorno, entendido como el conjunto de recursos generados por las personas: capital físico, humano, de conocimiento, social y relacional. El aumento de

capital, especialmente el humano y el de conocimiento, es clave para mejorar la productividad y favorecer el desarrollo. McDonald (1994) argumenta que el incremento de la productividad en muchos países debe atribuirse, principalmente, al crecimiento del capital humano y del conocimiento, más que al capital físico. El aumento de la formación y el desarrollo de capacidades (capital humano) permite una mejor adaptación a nuevos contextos, así como avances en conocimiento. En suma, pone en marcha el círculo virtuoso de a mayor formación, mayor capacidad de adaptación, mayores ingresos, mayor posibilidad de acceso a nueva formación, a la vez que mayor integración social, Y mejores hábitos saludables y sociales.

El capital humano está compuesto por actitudes, habilidades, formación y conocimientos que se adquieren mediante la educación. Es inherente al individuo, no transferible ni acumulable más allá de la vida de la persona. El capital de conocimiento, por su parte, incluye tanto conocimiento protegible como no protegible, se incrementa mediante la inversión en investigación y, a diferencia del capital físico, no se desgasta con el uso, sino que incluso se revaloriza. Otras formas de capital, como el social o el relacional, también son relevantes, ya que contribuyen al atractivo y reputación del entorno. Asimismo, es esencial distinguir entre los impactos que afectan al individuo y aquellos que benefician a la sociedad en su conjunto.

Este estudio adopta un enfoque integral que contempla tanto los efectos hacia atrás como hacia adelante, y tanto impactos de corto como de largo plazo. La medición de estos efectos varía en complejidad: los efectos hacia atrás pueden medirse mediante fuentes de información comparables y consensuadas, mientras que los efectos hacia adelante requieren aproximaciones y las maneras de abordarlas no están tan estandarizadas.

Existen metodologías orientadas a evaluar el impacto social, como el Social Impact Assessment (SIA) de Vanclay (2003) y el Social Return on Investment (SROI) (Martínez y Hayes, 2013; Simsa et al., 2015). Según Sánchez (2014), estas metodologías deben considerar aspectos como cohesión social, sostenibilidad, participación política y calidad de vida. La guía elaborada por The SROI Network (2012) establece una metodología estructurada para valorar el impacto social, incorporando costes y beneficios sociales, medioambientales y económicos. Dicho enfoque implica varias fases: identificación de los grupos de interés (stakeholders), elaboración de mapas de resultados, estimación del impacto y cálculo del retorno social.

En suma, resulta más adecuado hablar de generación de valor que hacerlo exclusivamente de impacto económico. Entendida la generación de valor como la utilidad o cualidad que aporta la universidad a través de la formación y el conocimiento, generando bienestar y satisfacción de necesidades. Puesto que además de los impactos estrictamente económicos —efectos directos, indirectos e inducidos sobre la producción, renta, empleo y recaudación fiscal— se incluye la generación de capital humano, la actividad de I+D+i, la extensión universitaria (cultural, artística, técnica y social), y la mejora de la reputación del entorno.

La medida de algunos de estos efectos se consigue con indicadores relativamente fáciles de cuantificar o de conseguir. Es el caso de los impactos económicos, de la formación de capital, de la actividad de I+D+i, de las actividades de extensión universitaria o analítica web sobre actividad on line y presencia en redes sociales. No obstante, el análisis de la “cantidad” debiera ser completado por el análisis de la “calidad”. Además de la cantidad de impacto habría que decir algo sobre la calidad de ese impacto, es decir además de las horas de formación, del porcentaje de población con un nivel de formación, del número de artículos producidos, número de patentes, número de spin-off, número de eventos artísticos-culturales-técnicos o presencia en redes sociales, etc. habría que añadir información sobre la calidad del impacto o del empleo generado, el nivel de la formación recibida, sobre la aportación o novedad de los artículos, la utilidad de las patentes, sobre la existencia o supervivencia de las spin-off o la valoración de los eventos realizados o de la presencia en las redes. Para todo esto no hay indicadores aceptados de manera generalizada e implica una valoración subjetiva lo que añade complejidad y costes a la medida. Un resumen de estos indicadores se expone en la tabla 2.1.

Tabla 2.1. Generación de valor de la universidad. Resumen de indicadores

OUTPUTS	INDICADORES FACILMENTE CUANTIFICABLES	OTROS INDICADORES
Impacto económico	Impacto directo, indirecto e inducido sobre producción, renta y empleo	Calidad de impactos
Formación capital humano	Años de formación Incremento de sueldo Indicadores de empleo, actividad Incremento de productividad	Liderazgo Capacidades Hábitos saludables Capital relacional
I+D+i	Producción científica (artículos, citas...) Colaboración internacional Conocimiento protegible (patentes, licencias) Contratos, proyectos Spin-off/start-up Indicadores de innovación y emprendimiento Equipamientos de investigación Incremento de productividad	Conocimiento abierto, innovación social Generación de conocimiento no protegible Capital relacional
Recaudación fiscal	Recaudación adicional por impuestos directos e indirectos	
Extensión universitaria: cultural, artística o técnica	Producción de obras culturales y artísticas Equipamiento cultural y artístico Eventos Actores participantes Asistentes	Relativos a la calidad de la oferta cultural y artística Relativos a la calidad de vida
Extensión universitaria: Responsabilidad social Objetivos de Desarrollo Sostenible	Indicadores GRI, ONU Indicadores de los ODS	Relativos a la calidad de trabajo Relativos a la calidad de vida y bienestar social
Reputación-Atractivo	Escala de medida de la reputación universitaria <i>on</i> y <i>off line</i>	Relativos a la repercusión en la reputación y atractivos de la ciudad y entorno

4.2. Detalles metodológicos de la medida de los efectos hacia atrás de la Universidad de Granada (enfoque por el lado de la demanda)

En la literatura académica existen diversas metodologías para cuantificar los impactos económicos de las universidades (Weisbrod y Weisbrod, 1997), cuya elección depende del propósito específico del análisis. Las aproximaciones varían si se trata de estudios destinados a la información pública, al análisis del impacto ambiental, a la evaluación coste-beneficio, o a investigaciones retrospectivas. Entre las metodologías más utilizadas destacan el modelo ACE (American Council on Education), los modelos de simulación económica como el de Ryan (empleado por Garrido-Yserte y Gallo-Rivera, 2010), y de forma destacada, los modelos basados en tablas input-output.

El estudio pionero en esta línea fue el de Caffrey e Isaacs (1971), impulsado por el American Council on Education, que abordó la cuantificación del impacto económico de una universidad. Lo más habitual es utilizar modelos basados en tablas input-output, como se muestra en el gráfico 2.1. Un ejemplo representativo es la herramienta desarrollada por el Bureau of Economic Analysis (BEA) del Departamento de Comercio de Estados Unidos, conocida como Regional Input-Output Modeling System (RIMS II).

En el marco RIMS II se realizan una serie de asunciones que de alguna forma son restricciones al modelo. Así, se trabaja con los vínculos hacia atrás, se suponen patrones de compra fijos y estabilidad en el tiempo además de homogeneidad en la industria, inexistencia de restricciones de suministro o retroalimentación regional. Este enfoque, también adoptado por Biggar Economics (2015, 2017) para universidades como Oxford o las del grupo LERU, ha sido ampliamente utilizado en el contexto español por el Ivie (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas) en estudios sobre diversas universidades y sistemas universitarios regionales españoles.

Teniendo en cuenta estos antecedentes y que en este caso se analiza el impacto diferenciando entre las tres ciudades en las que tiene presencia la Universidad de Granada, el proceso seguido consta de las etapas que a continuación se detallan:

1. Identificación de sujetos, período y ámbito geográfico:

Se considera el impacto de la Universidad de Granada en la provincia de Granada y en las ciudades autónomas de Ceuta y en Melilla. También se considera el gasto correspondiente a la demanda de estudiantes universitarios residentes, respectivamente, en Granada, en Ceuta y en Melilla. Así como la demanda de visitantes relacionados con estos estudiantes en los tres campus y la demanda de los asistentes a congresos y eventos organizados por la universidad en los tres campus.

El período analizado es el año 2023, y la región de análisis corresponde a la provincia de Granada, aunque se emplean las tablas input-output de Andalucía por ser las disponibles. Para las ciudades de Ceuta y Melilla, al no existir tablas input-outputs, se puede hacer una aproximación tomando como referencia el contexto andaluz.

2. Estimación del gasto de los agentes generadores de valor:

Identificación de las partidas que generen impacto para cada uno de los campus como consecuencia de la existencia de la UGR. Para ello se recopilan datos de: presupuestos de la universidad, encuestas a estudiantes, registros de congresos y eventos además de estadísticas oficiales de gasto turístico del INE.

Gráfico 2.1. Marco Input Output



3. Imputación de los gastos de los diferentes agentes generadores de impacto a los diferentes sectores económicos:

El análisis se realiza con el Marco Input-Output de Andalucía (MIOAN) 2016, elaborado por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía y publicado en 2019. Este marco contempla 84 productos y 87 ramas de actividad, que se han agregado en 5 sectores para facilitar su uso. Se añade un sector específico de "economías domésticas" para recoger los salarios de trabajadores.

4. Estimación del impacto económico total de los diferentes agentes y para los diferentes sectores económicos a través de las tablas input-output:

El impacto económico debido al desarrollo de la actividad de la Universidad de Granada genera diferentes tipos de efectos:

- Efectos directos, debidos a los gastos de los agentes (en adelante UGR, estudiantado, visitantes y congresos vinculados a ella) por la adquisición de bienes y servicios. Las decisiones de estos agentes al ejecutar su presupuesto, al destinar sus recursos a las diferentes alternativas de gasto o de inversión originan cambios en la demanda de las empresas o de las entidades públicas o privadas
- Efectos indirectos. Los cambios anteriores provocan cambios en las demandas a las empresas o entidades que suministran tales servicios y también en sus respectivos suministradores y proveedores. De manera que los cambios iniciales en las demandas provocan una cadena de nuevas demandas a las empresas y entidades que producen bienes y servicios. La demanda de los primeros provoca una inercia, una secuencia de oleadas de nuevas demandas cuyo efecto se va diluyendo en las sucesivas fases.
- Efectos inducidos, los dos efectos anteriores provocan un aumento en la renta de los factores, por ejemplo, son necesarios nuevos trabajadores para atender a esos cambios en la demanda. Estas nuevas rentas a su vez generan nuevo aumento en el consumo, comenzando así un nuevo proceso iterativo de consumo.

Todos estos efectos forman el efecto global.

Como se explica en el MIOAN 2016 el paso de la tabla de destino a precios de adquisición a la tabla de precios básicos implica la deducción de los flujos o precios de adquisición, los márgenes de transporte y comercio (integrándolos en las ramas correspondientes) y también los impuestos netos sobre los productos. A ello hay que deducir tanto las importaciones del extranjero (a precios CIF) como las del resto de España a la Comunidad Autónoma.

Por tanto, sobre el vector de gasto imputado por sectores, y como se viene haciendo en los estudios del Ivie (por ejemplo, Pastor y otros, 2019, Pastor y otros 2018), para cada rama y para cada agente de gasto se descuenta:

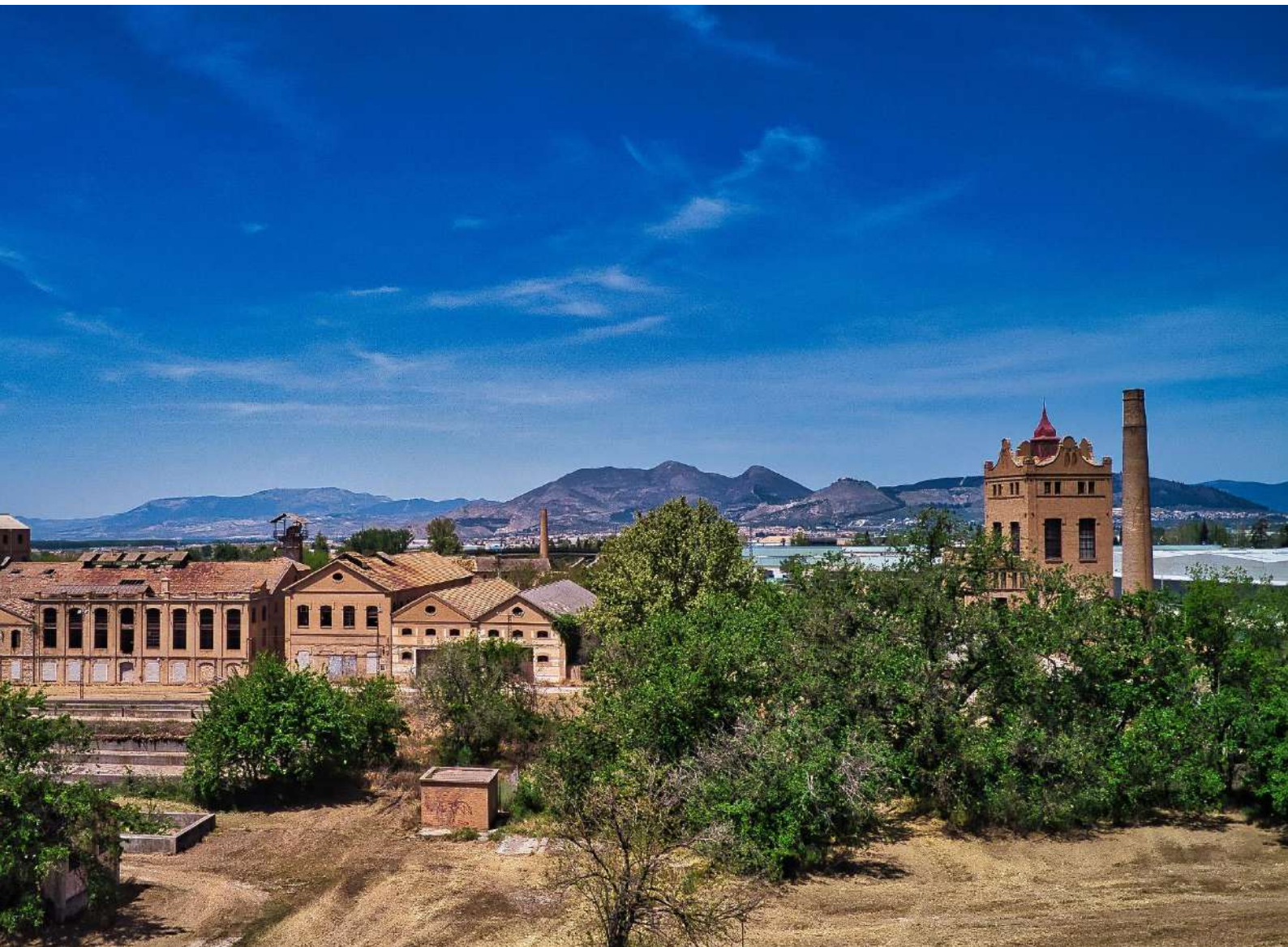
- Primero, el margen de impuestos netos sobre la oferta de precios de adquisición.
- A continuación, el margen de comercio que se aplica a la rama de comercio.
- Después, el margen de transporte que se aplica a la rama de transporte.

Puesto que una parte de la demanda se satisface con bienes y servicios de fuera de Andalucía, finalmente, se descuentan las importaciones multiplicando por uno menos la propensión a importar en el consumo de final de los hogares obtenida de MIOAN 2016.

Realizadas estas operaciones resulta el vector de demanda final que se utiliza para calcular los impactos sobre la producción, la renta y el empleo para lo cual es necesario el cálculo de los multiplicadores.

Como se muestra en el gráfico 2.1, en las relaciones intersectoriales, y según el MIOAN 2016, las columnas representan los consumos de los factores productivos por parte de las diferentes ramas, en tanto que las filas recogen el destino de dichas producciones. Cada celda representa el consumo de cada rama (columna) que realiza cada rama (fila). Se tiene así una función tecnológica o de producción debida a la combinación de factores de producción para obtener una unidad de producto final, de acuerdo con el estado de conocimiento aplicado. Habrá tantas funciones de producción como ramas productivas existan, siendo la suma de todas las columnas la función de producción agregada.

Además, en el proceso de producción económica intervienen otros factores, inputs primarios de trabajo, capital y organización. Por otro lado, la producción de una rama se destina a atender la demanda de otras ramas, y una parte también se orienta al consumo final, a la formación de capital o a las exportaciones, dando lugar a los empleos finales.



En suma, de acuerdo con el modelo de Leontief, la tabla input-output de un territorio permite expresar el output de una rama como la combinación lineal de las relaciones intersectoriales. Así, la producción de la rama 1 es una combinación lineal de las relaciones intersectoriales (atender la demanda de otras ramas) más la demanda final (destinado a consumo final, exportaciones o formación bruta de capital). Esto es:

$$\begin{aligned} X_1 &= a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + a_{13}X_3 + \dots + a_{1n}X_n + y_1 \\ X_2 &= a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + a_{23}X_3 + \dots + a_{2n}X_n + y_2 \\ &\dots \dots \dots \\ X_n &= a_{n1}X_1 + a_{n2}X_2 + a_{n3}X_3 + \dots + a_{nn}X_n + y_n \end{aligned}$$

En notación matricial

$$X = AX + Y$$

Siendo:

- X el vector (nx1) del output sectorial.
- A es la matriz (nxn) de coeficientes técnicos que se calculan como el peso de cada casilla con respecto al total de la rama: $a_{ij} = x_{ij}/X_j$.
- Y es el vector (nx1) de demanda final.

Operando se obtiene:

$$X = [I - A]^{-1} Y$$

En donde $[I - A]$ es la matriz (nxn) tecnológica o matriz de Leontief, y su inversa es conocida como la matriz inversa de Leontief.

Cálculo de los multiplicadores

Para el cálculo de los multiplicadores se sigue el proceso aplicado en los estudios de RIMS II, BIGGAR Economics y sobre todo los numerosos estudios de Ivie para las universidades españolas. Otras referencias de interés son Martínez Estevez (1980), Cobo Fernández y otros (2016) o Sasigain (1996). Básicamente el proceso de cálculo es como sigue.

Llamando B a la matriz $[I - A]^{-1}$, es decir $B = [I - A]^{-1}$; los coeficientes b_{ij} representan el aumento necesario en el sector i para atender un aumento de una unidad en la demanda final del sector j. De esta manera se obtienen los multiplicadores de outputs como la suma de tales coeficientes $MO_j = \sum b_{ij}$

Mediante los multiplicadores de renta se busca cuantificar la capacidad del sistema para inducir demanda derivada a partir de cambios en la demanda final. El multiplicador de la renta tipo I contiene los efectos directos e indirectos, derivados de un aumento en la demanda final, pero no los inducidos. Este multiplicador se obtiene con la suma de los productos de los coeficientes b_{ij} por la capacidad de generar renta por la unidad de producción en el sector i. Esto es el coeficiente unitario de valor añadido del sector j dividido por la producción en el sector j que se denomina como v_i . De manera que $MR_j^I = \sum v_i b_{ij}$



El multiplicador de la renta tipo II incluye también los efectos inducidos. Para su obtención es necesario ampliar la matriz de relaciones intersectoriales o transacciones incluyendo una nueva fila y columna denominada economías productivas, como si fuera un sector productivo más. La nueva columna se correspondería con el consumo de las familias y la nueva fila captaría las rentas que perciben. Como las tablas input output no proporcionan el detalle necesario, se estima distribuyendo sectorialmente el consumo familiar según la participación de cada sector en la renta total (es como se opera en los estudios del Ivie, por ejemplo, ver Pastor et al., 2019a y 2019b; Pastor et al. 2018). Así se obtiene una nueva matriz inversa de Leontief $B^* = [I - A^*]^{-1}$ a partir de la cual se obtienen los multiplicadores de la renta tipo II que $MR_{ij}^{II} = \Sigma b_{ij}^*$.

Los multiplicadores del empleo se obtienen de forma similar a los anteriores. Los multiplicadores tipo I (efectos directos e indirectos) se calculan mediante la expresión:

$$ME_{ij}^I = \Sigma e_i b_{ij}$$

Siendo e_i el coeficiente de trabajo, es decir el resultado de dividir el empleo entre el output del sector i . Así se obtiene para todos los sectores.

El multiplicador de empleo tipo II, como antes, se obtiene a partir de la matriz inversa de Leontief ampliada, es decir:

$$ME_{ij}^{II} = \Sigma e_i b_{ij}^*$$

En cuanto a los efectos hacia adelante que genera una universidad, estos son múltiples, variados y de naturaleza muy diversa. Por ello, su medición requiere estrategias diferenciadas, tanto en lo que respecta a los procedimientos de recopilación de datos como a las técnicas de análisis empleadas. Este apartado aborda dichos efectos considerando únicamente aquellos para los cuales se dispone de información suficientemente fiable, detallando los aspectos metodológicos de forma específica en cada caso.

A diferencia de los efectos económicos más inmediatos (hacia atrás), los efectos hacia adelante se manifiestan en el medio y largo plazo. Se vinculan principalmente con la creación y difusión de conocimiento, la formación del capital humano, la actividad investigadora, la extensión universitaria y el refuerzo de la reputación institucional y territorial. Por su propia naturaleza, estos efectos suelen ser más intangibles y, por tanto, más difíciles de cuantificar de forma directa y estandarizada. En su análisis se emplean diferentes enfoques. Por un lado, están los indicadores de formación y capital humano: donde se cuantifican variables como los años de formación impartidos, las tasas de inserción laboral, la evolución salarial de los egresados, entre otros indicadores. Sin embargo, más allá de los valores absolutos, se debería prestar especial atención al análisis cualitativo, pero es algo más difícil, que permite valorar dimensiones como el liderazgo, la adquisición de competencias, los hábitos saludables o la generación de capital social y relacional. Por otro lado, los indicadores de producción científica y actividad investigadora (I+D+i). En este caso se dispone de muchos datos como el número de artículos científicos, citaciones, patentes registradas, licencias, proyectos de investigación y convenios de colaboración. Además, se incorporan datos sobre spin-offs, equipamientos tecnológicos, redes de colaboración internacional y transferencia de conocimiento. Se diferencian los resultados protegibles de aquellos abiertos o de innovación social, considerando también su utilidad práctica y su repercusión sobre el entorno.

Un aspecto importante es la actividad de extensión universitaria y responsabilidad social que se mide con datos sobre eventos culturales, artísticos y técnicos organizados, volumen de asistentes, actores participantes y calidad percibida de la oferta. Asimismo, se consideran iniciativas vinculadas a la responsabilidad social universitaria y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), utilizando indicadores alineados con los marcos GRI (Global Reporting Initiative) y de Naciones Unidas.

Finalmente, otra dimensión relevante es la reputación y la contribución al atractivo del entorno. La universidad incide en la reputación de la ciudad y la región donde se ubica. Este impacto se mide a través de escalas de reputación online y offline, de indicadores de presencia en redes sociales, de análisis de contenido web y de estudios de percepción institucional, que permiten valorar tanto el atractivo académico como el social, cultural y económico de su entorno.

Un trabajo de esta naturaleza está sujeto a una serie de limitaciones. En cuanto a los efectos hacia atrás y la aplicación del marco input-output, en primer lugar, se asume estabilidad estructural entre 2016 (año de referencia del MIOAN) y 2023 (año de análisis). Además, este modelo input-output asume relaciones lineales y una tecnología constante.



Cabe señalar, asimismo, que, aunque el objetivo es medir el impacto a nivel provincial, el uso de tablas regionales confiere al análisis un enfoque regional. Aunque la idea inicial era medir el impacto en la provincia de Granada hay que hacer notar que los impactos no se distribuyen por igual en el territorio, además se trabaja con el marco input output andaluz por lo que la medida, como se ha mencionado, tiene un carácter regional más que provincial. Para las ciudades de Ceuta y Melilla se utiliza el mismo marco, como aproximación.

Por otro lado, es necesario establecer estándares o supuestos que hagan viable el análisis. Estos supuestos se comentan en los diferentes epígrafes.

Si bien existen múltiples indicadores cuantificables (outputs), la evaluación de la calidad de los impactos representa un reto adicional. Por ejemplo, no basta con medir el número de publicaciones, sino que convendría valorar su originalidad, relevancia y aplicación. Del mismo modo, los datos de eventos culturales o spin-off deben completarse con análisis sobre su continuidad, repercusión social o nivel de satisfacción.

Estos aspectos exigen, en muchos casos, el uso de métodos cualitativos, encuestas de percepción, estudios de caso, análisis de impacto narrativo y triangulación de fuentes. La ausencia de estándares generalizados y la dependencia de valoraciones subjetivas aumentan la complejidad y los costes de la medición, pero permiten ofrecer una imagen más fiel del valor generado.





3

Estimación de la
demanda: universidad,
estudiantado, visitantes,
congresos-reuniones

3.1. El gasto de la Universidad de Granada

El impacto económico de la UGR se deriva en gran medida de la ejecución de su propio presupuesto. En el ejercicio 2023, su liquidación presupuestaria ascendió a 566.811.651 €, de los que 542.465.364 € (95,70%) correspondieron al campus de Granada, 13.998.941 € (2,47%) al campus de Melilla y 10.347.345 € (1,83%) a su campus de Ceuta (véase tabla 3.1).

La estructura del gasto que presenta la UGR es bastante similar al que presentan la media de las universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como de las universidades públicas españolas. En este sentido, de cada 100 € que gasta la UGR en general, 65,13 € los gasta en personal, 19,84 € en inversiones y 8,78 € en gastos corrientes en bienes y servicios. En el Sistema Universitario Público Andaluz (SUPA) son 65,71 €, 18,68 € y 10,86 €, respectivamente. A nivel del Sistema Universitario Público Nacional (SUPN), las cifras son: 65,91 €, 16,07 € y 12,53 €, respectivamente (véase gráfico 3.1).

Sin embargo, si discriminamos por campus, dicha distribución cambia. Así, de cada 100 € que la UGR gasta en el campus de Melilla, 92 € se destinan a gastos de personal, 4,24 € a inversiones y 3,57 € al gasto corriente en bienes y servicios. Por su parte, en el campus de Ceuta, de cada 100 € que la UGR gasta 82,5 € se destina a personal, 11,11 € a inversiones y sólo 3,02 € al gasto corriente en bienes y servicios. En el campus de Granada, de cada 100 € que se gasta, 64,11 € se destinan a personal, 20,41 € a inversiones y 9,03 al gasto corriente en bienes y servicios (véase gráfico 3.1).

Por otra parte, para tener una idea más exacta de la importancia que representa la UGR en su entorno, se puede establecer una comparación de lo que se gasta la UGR en cada uno de sus campus en comparación con las instituciones principales de su ámbito geográfico. Así, en el campus de Granada se compara con el Ayuntamiento de Granada y con la Diputación de Granada. En el campus de Melilla se compara con el gasto que realiza el gobierno de la Ciudad Autónoma de Melilla y en el campus de Ceuta la comparación se realiza con el gasto que hace el gobierno de la Ciudad Autónoma de Ceuta.

Además de comparar las liquidaciones presupuestarias en las instituciones antes mencionadas y para aproximarnos al impacto derivado del presupuesto de la UGR en su entorno, de acuerdo con Pastor et al. (2024), entendemos que son susceptibles de generar impacto los gastos corrientes (capítulos 1, 2 y 4) y los gastos de capital (capítulo 6 y 7). Mientras que los gastos financieros (capítulo 3), las transferencias al exterior de los capítulos 4 y 7, así como los activos/pasivos financieros (capítulos 8 y 9), se consideran no generadores impacto económico directo en el entorno local.

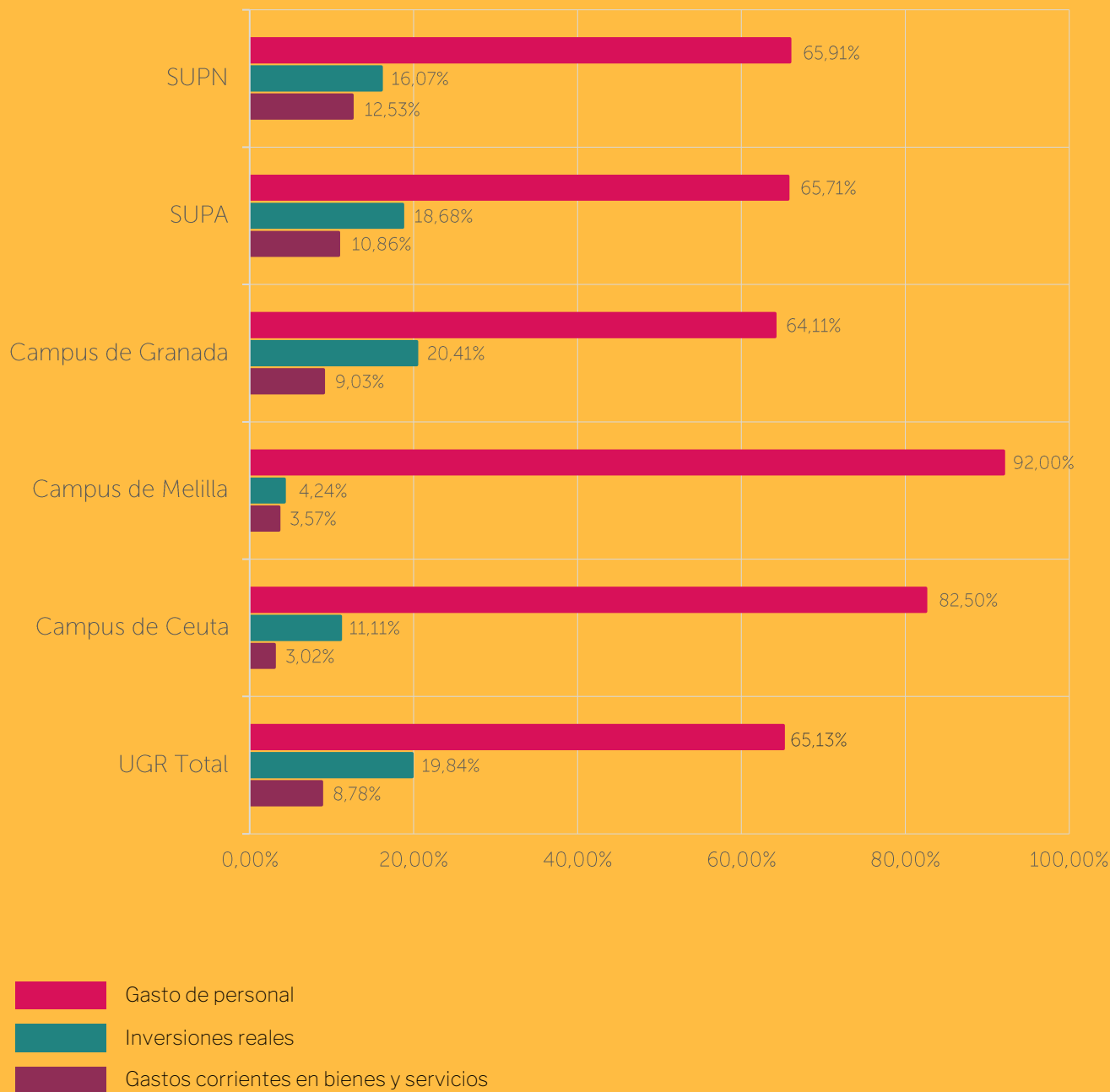


Tabla 3.1. Detalle de la liquidación del presupuesto de la UGR y su distribución por campus (en euros y en porcentaje sobre el total del presupuesto de cada campus). Ejercicio 2023.

Descripción	UGR	% UGR	UGR Campus Ceuta	% UGR Campus Ceuta	UGR Campus Melilla	% UGR Campus Melilla	UGR Campus Granada	% UGR Campus Granada
OPERACIONES CORRIENTES	436.434.153 €	77,0%	9.197.389 €	88,9%	13.378.832 €	95,6%	413.857.932€	76,3%
Gastos de personal	369.171.904 €	65,1%	8.536.138 €	82,5%	12.879.099 €	92,0%	347.756.666 €	64,1%
Gastos corrientes en bienes y servicios	49.790.687 €	8,8%	312.951 €	3,0%	499.337 €	3,6%	48.978.398 €	9,0%
Gastos financieros	303.602 €	0,1%	1.241 €	0,0%		0,0%	302.360 €	0,1%
Transferencias corrientes	17.167.959 €	3,0%	347.057 €	3,4%	395,00 €	0,0%	16.820.507 €	3,1%
OPERACIONES DE CAPITAL	119.499.908 €	21,1%	1.149.956 €	11,1%	620.109 €	4,4%	117.729.842 €	21,7%
Inversiones reales	112.470.111 €	19,8%	1.149.956 €	11,1%	593.994 €	4,2%	110.726.160 €	20,4%
Transferencias de capital	7.029.797 €	1,2%		0,0%	26.115 €	0,2%	7.003.681 €	1,3%
TOTAL OPERACIONES NO FINANCIERAS	555.934.062 €	98,1%	10.347.345 €	100,0%	13.998.941 €	100,0%	531.587.775 €	98,0%
Activos financieros	492.600 €	0,1%		0,0%		0,0%	492.600 €	0,1%
Pasivos financieros	10.384.989 €	1,8%		0,0%		0,0%	10.384.989 €	1,9%
TOTAL OPERACIONES FINANCIERAS	10.877.589 €	1,9%	0,00 €	0,0%	0,00 €	0,0%	10.877.589 €	2,0%
TOTAL GASTOS	566.811.651 €	100,0%	10.347.345 €	100,0%	13.998.941 €	100,0%	542.465.364 €	100,0%

Fuente: presupuesto liquidado de la UGR 2023

Gráfico 3.1. Principales partidas de gasto en la UGR, en el SUPA y en el SUPN



Fuente: elaboración propia a partir de Hernández y Pérez (2024) y presupuesto de la UGR 2023

Análisis del gasto de la UGR: campus de Granada

Si comparamos la liquidación del presupuesto de la UGR en la parte correspondiente al campus de Granada con el presupuesto de la Diputación de Granada (véase tabla 3.2), observamos como el presupuesto de la UGR es 1,6 veces superior al de la Diputación, debido fundamentalmente a un mayor gasto en personal y en inversiones, aunque, dada la actividad que desarrolla la Diputación, el gasto en transferencias es significativamente mayor en la Diputación (40,30 % del gasto total) frente a la UGR (4,39% del gasto total).

De igual modo, si la comparación la hacemos con el Ayuntamiento de Granada, el importe de este gasto en los campus universitarios ubicados en la ciudad de Granada supera en 214.168.034 € al gasto total del Ayuntamiento de Granada, que es 328.297.3329 €, es decir, casi 1,7 veces superior. En términos de gasto no financiero esta diferencia es 222.003.456 €.

El gasto en operaciones corrientes de la Universidad de Granada en sus campus de Granada, que asciende a 413.857.932 €, es superior al gasto por operaciones corrientes del Ayuntamiento de Granada (288.410.554 €), con una diferencia de 125.447.378 €, un 43.5% más. En el caso de las operaciones de capital el gasto de la UGR, que es 117.729.842 €, supera en 96.556.077 € al gasto de capital del Ayuntamiento de Granada (21.173.764 €).

Si detallamos por capítulos, en materia de gastos de personal el importe de la UGR es 347.756.666 €, mientras que el gasto del Ayuntamiento de Granada asciende a 127.661.731 €, lo que conlleva una diferencia de 220.094.935 €. En la UGR el peso específico de los gastos de personal es del 76,3% y en el Ayuntamiento de Granada se sitúa en la mitad, concretamente un 38,90%.

En el caso de los gastos corrientes, la UGR emplea 48.978.398 €, con un peso específico del 9%. En cambio, el Ayuntamiento de Granada gasta 110.119.522 € (61.141124 € más), cuyo peso específico es el 33,5%. Si nos centramos en gastos financieros, la UGR soporta 302.360 € y el Ayuntamiento de Granada soporta 3.972.389 €, es decir 3.670.029 € más. Así, el peso específico de este capítulo es el 0,10% en la UGR y del 1,2% en el Ayuntamiento de Granada.

Por otro lado, en la UGR las transferencias corrientes importan 16.820.507 € (el 3,1% del total). En cambio, el Ayuntamiento de Granada emplea en este concepto el 14,2% de su presupuesto total, que implica 46.656.910 €, o lo que es lo mismo 29.836.403 € más que la institución universitaria.

Respecto a las inversiones reales, la UGR destina 110.726.160 € (peso específico de 20,40%), mientras que el Ayuntamiento de Granada emplea 21.173.764 €, cuyo peso específico es el 6,2%, lo que conlleva una diferencia de 89.552.396 €. Asimismo, el importe de las transferencias de capital en la UGR es 7.003.681 €, un 1,3% del total, mientras que el Ayuntamiento de Granada destina 843.729 € (peso específico 0,30%), con una diferencia de 88.708.666 €.

Pasando a operaciones financieras, los gastos de activos financieros en la UGR (492.600,00 €, con un peso de 0,1%) están por encima del mismo concepto en el Ayuntamiento de Granada, que es 390.340 €, cuyo peso es también 0,10%, mostrando una diferencia de 102.260 €. Finalmente, los pasivos financieros en la UGR suponen 10.384.989 (peso específico de 1,9%) y en el Ayuntamiento de Granada ascienden a 18.322.670 €, es decir una diferencia de 7.937.681 €.

Si analizamos los datos presupuestarios de ambas instituciones en Granada con los ajustes antes mencionados respecto a los epígrafes no generadores de impacto (véase tabla 3.3), observamos que el impacto del campus UGR en Granada es de 528 millones de € frente a los 326 millones de la Diputación de Granada, esto hace que el impacto de la UGR en Granada siga siendo en torno a 1,6 veces superior al de la Diputación tanto a nivel global como en los gastos corrientes y de capital. Si lo comparamos con el ayuntamiento de Granada, el impacto de la UGR es más de 1,7 veces el impacto del ayuntamiento (528 millones frente a los 305 millones del ayuntamiento). Nuevamente destaca el gasto en operaciones de capital por parte de la UGR frente al ayuntamiento al que supera 5,4 veces (115 millones de euros frente a poco más de 21 millones del ayuntamiento).

Tabla 3.2. Detalle de las liquidaciones de los presupuestos del campus de la UGR en Granada, del Ayuntamiento de Granada y de la Diputación de Granada (en euros y en porcentaje sobre el total del presupuesto de cada campus). Ejercicio 2023

Descripción	Ayuntamiento de Granada	% Ayuntamiento de Granada	Diputación Provincial de Granada	% Diputación Provincial de Granada	UGR Campus Granada	% UGR Campus Granada
OPERACIONES CORRIENTES	288.410.554 €	87,9%	251.461.635 €	75,4%	413.857.932 €	76,29%
Gastos de personal	127.661.731 €	38,9%	95.901.253 €	28,8%	347.756.666 €	64,11%
Gastos corrientes en bienes y servicios	110.119.522 €	33,5%	54.610.353 €	16,4%	48.978.398 €	9,03%
Gastos financieros	3.972.389 €	1,2%	920.003 €	0,3%	302.360 €	0,06%
Transferencias corrientes	46.656.910 €	14,2%	100.030.025 €	30,5%	16.820.507 €	3,10%
OPERACIONES DE CAPITAL	21.173.764 €	6,4%	75.655.335 €	22,7%	117.729.842 €	21,70%
Inversiones reales	20.330.035 €	6,2%	43.426.617 €	13,0%	110.726.160 €	20,41%
Transferencias de capital	843.729 €	0,3%	32.228.717 €	9,7%	7.003.681 €	1,29%
TOTAL OPERACIONES NO FINANCIERAS	309.584.318 €	94,3%	327.116.970 €	98,1%	531.587.775 €	97,99%
Activos financieros	390.340 €	0,1%	418.744 €	0,1%	492.600 €	0,09%
Pasivos financieros	18.322.670 €	5,6%	6.030.983 €	1,8%	10.384.989 €	1,91%
TOTAL OPERACIONES FINANCIERAS	18.713.010 €	5,7%	6.449.728 €	1,9%	10.877.589 €	2,01%
TOTAL GASTOS	328.297.329 €	100,0%	333.566.699 €	100,0%	542.465.364 €	100,00%

Fuente: Secretaría General de Financiación Autonómica y Local-Secretaría de Estado de Hacienda y Universidad de Granada

Tabla 3.3. Detalle de las partidas generadoras de impacto de las liquidaciones de los presupuestos del campus de la UGR en Granada, del Ayuntamiento de Granada y de la Diputación de Granada (en euros y en porcentaje sobre el total del presupuesto de cada campus). Ejercicio 2023

Descripción	Ayuntamiento de Granada	% Ayuntamiento de Granada	Diputación Provincial de Granada	% Diputación Provincial de Granada	UGR Campus Granada	% UGR Campus Granada
OPERACIONES CORRIENTES	284.420.664 €	93,1%	250.541.632 €	76,8%	412.330.628 €	78,10%
Gastos de personal	127.661.731 €	41,8%	95.901.253 €	29,4%	347.756.666 €	65,87%
Gastos corrientes en bienes y servicios	110.119.522 €	36,0%	54.610.353 €	16,7%	48.978.398 €	9,28%
Transferencias corrientes	46.639.410 €	15,3%	100.030.025 €	30,7%	15.595.564 €	2,90%
OPERACIONES DE CAPITAL	21.173.764 €	6,9%	75.655.335 €	23,2%	115.614.126 €	21,90%
Inversiones reales	20.330.035 €	6,7%	43.426.617 €	13,3%	110.726.160 €	20,97%
Transferencias de capital	843.729 €	0,3%	32.228.717 €	9,9%	4.887.965 €	0,93%
TOTAL	305.594.429 €	100,0%	326.196.967 €	100,0%	527.944.755 €	100,00%

Fuente: Secretaría General de Financiación Autonómica y Local. Secretaría de Estado de Hacienda y Universidad de Granada

En el caso del campus de Granada hay que añadir la actividad de la empresa de la UGR Formación y Gestión Granada, sociedad unipersonal de la UGR, o Centro de Lenguas Modernas que durante el año 2023 tuvo una cifra de negocios de 4.427.738 €, siendo la partida más importante los gastos de personal 3.358.668 € que supone un 76% de la cifra de negocio, seguida de otros gastos de explotación 959.273 €, que asciende al 22% de la cifra de negocio.



Análisis del gasto de la UGR: campus de Ceuta

Tal como se ha indicado con anterioridad, la UGR también es responsable de las enseñanzas universitarias impartidas en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Por ello, resulta igualmente procedente analizar y comparar los datos correspondientes a la liquidación del presupuesto de la UGR (para sus campus en Ceuta y Melilla) con los presupuestos de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

A estos efectos, seguiremos considerando la distinción entre el presupuesto total liquidado y la parte de dicho presupuesto que se entiende susceptible de generar impacto económico. Esta diferenciación es importante para, posteriormente, poder valorar el impacto total (directo, indirecto e inducido) de la actividad de la UGR en las ciudades autónomas.

Como es lógico, y considerando la amplitud de sus competencias y funciones, el presupuesto total de gastos de la Ciudad Autónoma de Ceuta (348.830.473 €) es significativamente mayor que el de la UGR-Ceuta (10.347.345 €) (véase tabla 3.4). Sin embargo, en términos relativos, la distribución del gasto entre operaciones corrientes y de capital es semejante en ambas entidades. La UGR-Ceuta destina un mayor porcentaje a operaciones corrientes (88,89% frente a 79,59%), mientras que la Ciudad Autónoma tiene un peso ligeramente mayor en operaciones de capital (12,18% frente a 11,11%).

Por otra parte, sí se observan diferencias importantes tanto en la estructura del gasto en las operaciones corrientes como en las operaciones de capital:

- Los gastos de personal representan una proporción mucho mayor del presupuesto total de la UGR-Ceuta (82,50%) en comparación con la Ciudad Autónoma (31,59%). Así pues, la UGR-Ceuta dedica una parte muy importante de su presupuesto a la retribución de su plantilla, reflejo de su propia naturaleza, con una alta proporción de gasto en personal docente e investigador (PDI) y en personal técnico, de gestión y de administración y servicios (PTGAS).
- Los gastos corrientes en bienes y servicios son bastante menores en la UGR-Ceuta (3,02%) que en la Ciudad Autónoma (27,48%).
- Las transferencias corrientes son un porcentaje mayor del presupuesto de la Ciudad Autónoma (19,03%) que el de la UGR-Ceuta (3,35%).
- En cuanto a las operaciones de capital, la UGR-Ceuta concentra todo su gasto en inversiones reales (11,11%), mientras que la Ciudad Autónoma distribuye este gasto entre inversiones reales (6,34%) y transferencias de capital (5,84%).
- Los gastos financieros son insignificantes en el presupuesto de la UGR-Ceuta (0,01%), pero representan un 1,5% del presupuesto de la Ciudad Autónoma.

La Ciudad Autónoma de Ceuta también incluye en su presupuesto partidas de activos y pasivos financieros (cifra agregada del 8,23%) que no figuran en la liquidación de la UGR-Ceuta.

Al considerar el gasto susceptible de generar impacto económico (véase tabla 3.5), dada la composición de sus presupuestos, observamos que la proporción respecto al gasto total realizado es muy alta en ambas entidades.

En el caso de la UGR solo hay una ligerísima disminución en el volumen de las operaciones corrientes. Sin embargo, en la Ciudad Autónoma el importe de ese mismo bloque asciende hasta un 86,51% respecto al montante total del gasto capaz de generar impacto (que, en este enfoque, se sitúa en 314.914.177 €).

Tabla 3.5. Detalle de las partidas generadoras de impacto de las liquidaciones de los presupuestos de la UGR (campus de Ceuta) y de la Ciudad Autónoma de Ceuta (en euros y en porcentaje sobre el total del presupuesto). Ejercicio 2023

Descripción	UGR Campus Ceuta	% UGR Campus Ceuta	Ciudad Autónoma de Ceuta	% Ciudad Autónoma de Ceuta
OPERACIONES CORRIENTES	9.196.147 €	88,89%	272.427.423 €	86,51%
Gastos de personal	8.536.138 €	82,51%	110.205.496 €	35,00%
Gastos corrientes en bienes y servicios	312.951 €	3,02%	95.853.660 €	30,44%
Transferencias corrientes	347.057 €	3,35%	66.368.266 €	21,08%
OPERACIONES DE CAPITAL	1.149.956 €	11,11%	42.486.753 €	13,49%
Inversiones reales	1.149.956 €	11,11%	22.130.215 €	7,03%
Transferencias de capital		0,00%	20.356.538 €	6,46%
TOTAL	10.346.104 €	100,00%	314.914.177 €	100,00%

Fuente: Secretaría General de Financiación Autonómica y Local. Secretaría de Estado de Hacienda y Universidad de Granada



Análisis del gasto de la UGR: campus de Melilla

Al igual que en el caso de Ceuta, existe una diferencia importante en el volumen total de gastos entre la UGR-Melilla (13.998.941 €) y la Ciudad Autónoma de Melilla (328.161.751 €) (véase tabla 3.6). La Ciudad Autónoma gestiona un presupuesto total sustancialmente mayor.

La UGR-Melilla destina una proporción aún mayor de su presupuesto a operaciones corrientes (95,57%) en comparación con la UGR-Ceuta (88,89%). En contraste, la Ciudad Autónoma de Melilla asigna un porcentaje prácticamente igual a operaciones corrientes (80,33%) que la Ciudad Autónoma de Ceuta (79,59%).

Los gastos de personal son, con diferencia, la partida más importante para la UGR-Melilla, representando el 92,00% del total de su presupuesto. Este porcentaje es incluso superior al de la UGR-Ceuta (82,50%), lo que evidencia, como ya es conocido, la alta intensidad de personal en la actividad universitaria. Para la Ciudad Autónoma de Melilla, los gastos de personal representan el 24,1% del total, un porcentaje sensiblemente inferior al de UGR-Melilla y también menor que el de la Ciudad Autónoma de Ceuta (31,59%).

La Ciudad Autónoma de Melilla dedica una parte considerable de su presupuesto a gastos corrientes en bienes y servicios (39,9%), mayor que la de la Ciudad Autónoma de Ceuta (27,48%) y mucho más elevada que la de la UGR-Melilla (3,57%) y la UGR-Ceuta (3,02%).

La proporción del gasto en operaciones de capital es bastante menor para la UGR-Melilla (4,43%) en comparación con la UGR-Ceuta (11,11%) y con la ciudad autónoma (12,18%). Las inversiones reales son el principal componente del gasto de capital para ambos campus y ciudades autónomas.

La UGR-Melilla tampoco presenta gastos financieros, activos ni pasivos financieros en su liquidación presupuestaria. En contraste, la Ciudad Autónoma de Melilla sí tiene partidas cuantiosas en estas categorías, tanto en gastos financieros (1,10%) como, especialmente, en pasivos financieros (7,38%).

El total de gasto generador de impacto (13.998.941,52 €) (véase tabla 3.7) para UGR-Melilla es idéntico al global de gastos de la liquidación del presupuesto que hemos analizado previamente, por tanto, no hay ningún importe en las partidas que deben excluirse para cuantificar el referido gasto generador.

Respecto a la Ciudad Autónoma de Melilla, sí existe una diferencia entre el presupuesto total (328.161.751 €) y el presupuesto generador de impacto (299.978.394 €). Esta diferencia, de acuerdo con la metodología adoptada, es de 28.183.357 € y corresponde a:

- Gastos financieros: 3.593.810 €
- Activos financieros: 383.372 €
- Pasivos financieros: 24.206.173 €

Al excluir los gastos no generadores de impacto, la distribución porcentual del presupuesto de la Ciudad Autónoma de Melilla también se ve ligeramente modificada. Así, el porcentaje de operaciones corrientes en el total generador de impacto aumenta del 80,33% al 86,68%, mientras que las operaciones de capital aumentan del 12,18% al 13,32%.

Tabla 3.6. Detalle de la liquidación del presupuesto de la UGR (campus de Melilla) y de la Ciudad Autónoma de Melilla (en euros y en porcentaje sobre el total del presupuesto). Ejercicio 2023.

Descripción	UGR Campus Melilla	% UGR Campus Melilla	Ciudad Autónoma de Melilla	% Ciudad Autónoma de Melilla
OPERACIONES CORRIENTES	13.378.832 €	95,57%	263.616.730 €	80,33%
Gastos de personal	12.879.099 €	92,00%	79.087.618 €	24,10%
Gastos corrientes en bienes y servicios	499.337 €	3,57%	131.015.654 €	39,92%
Gastos financieros		0,00%	3.593.810 €	1,10%
Transferencias corrientes	395 €	0,00%	49.919.646 €	15,21%
OPERACIONES DE CAPITAL	620.109 €	4,43%	39.955.474 €	12,18%
Inversiones reales	593.994 €	4,24%	34.527.755 €	10,52%
Transferencias de capital	26.115 €	0,19%	5.427.719 €	1,65%
TOTAL OPERACIONES NO FINANCIERAS	13.998.941 €	100,00%	303.572.204 €	92,51%
Activos financieros		0,00%	383.372 €	0,12%
Pasivos financieros		0,00%	24.206.173 €	7,38%
TOTAL OPERACIONES FINANCIERAS	0,00 €	0,00%	24.589.546 €	7,49%
TOTAL GASTOS	13.998.941 €	100,00%	328.161.751 €	100,00%

Fuente: Consejería de Hacienda. Ciudad Autónoma de Melilla y Universidad de Granada

Tabla 3.7. Detalle de las partidas generadoras de impacto de las liquidaciones de los presupuestos de la UGR (campus de Melilla) y de la Ciudad Autónoma de Melilla (en euros y en porcentaje sobre el total del presupuesto). Ejercicio 2023

Descripción	UGR Campus Melilla	% UGR Campus Melilla	Ciudad Autónoma de Melilla	% Ciudad Autónoma de Melilla
OPERACIONES CORRIENTES	13.378.832 €	95,60%	260.022.919 €	86,68%
Gastos de personal	12.879.099 €	92,00%	79.087.618 €	26,36%
Gastos corrientes en bienes y servicios	499.337 €	3,60%	131.015.654 €	43,68%
Transferencias corrientes	395 €	0,00%	49.919.646 €	16,64%
OPERACIONES DE CAPITAL	620.109 €	4,43%	39.955.474 €	13,32%
Inversiones reales	593.994 €	4,24%	34.527.755 €	11,51%
Transferencias de capital	26.115 €	0,19%	5.427.719 €	1,81%
TOTAL	13.998.941 €	100,00%	299.978.394 €	100,00%

Fuente: Consejería de Hacienda. Ciudad Autónoma de Melilla y Universidad de Granada



3.2. El gasto de los estudiantes

Entre los distintos agentes implicados en la actividad universitaria de la Universidad de Granada, el estudiantado representa uno de los grupos de mayor importancia en términos de generación de impacto, por lo que merece un análisis detallado.

Es preciso señalar que se ha tomado como referencia el curso 2023/2024 para el cálculo del total de estudiantado de la UGR dado que el análisis del impacto económico se refiere al año 2023.

De acuerdo al portal “UGR en Cifras” de la Oficina del Dato, en dicho curso la UGR contaba con 46.327 estudiantes de grado, de los cuales 28.976 eran mujeres y 17.351 hombres. Por ramas científicas, el estudiantado se reparte de la siguiente manera: 18.980 pertenecen al área de Ciencias Sociales y Jurídicas, 8.579 estudiaban en titulaciones relacionadas con las Ciencias de la Salud, 6.434 pertenecen al área de Artes y Humanidades, 4.741 a Ingeniería y Arquitectura, 4.415 estudian una carrera en el área de las Ciencias y, finalmente, 3.178 estudiantes están realizando un Doble Título que puede estar adscrito a varias ramas.

Del total de estudiantes de grado de la UGR, 43.177 (93,2%) estudian en el campus de Granada, 1.736 (3,8 %) en el campus de Melilla y 1.414 en el campus de Ceuta (3,1%).

El análisis por ámbito geográfico de procedencia del estudiantado de grado muestra que 41.953 (90,5%) son españoles frente a 4.374 (9,5%) extranjeros. Por otro lado, el 43,4% del estudiantado con nacionalidad española procede de la provincia de Granada frente al 56,6% que proceden de otras provincias españolas.

En el caso de másteres oficiales son 6.407 el total de estudiantes para el curso 2023/2024, 3.795 mujeres y 2.612 hombres. Predominan los estudiantes matriculados en títulos de posgrado del área de Ciencias Sociales y Jurídicas con 3.201, seguidos por las áreas de Artes y Humanidades (949), Ciencias de la Salud (804), Ingeniería y Arquitectura (744), Ciencias (668) y Dobles Títulos (41). El 79,1% (5.066) del estudiantado de másteres oficiales es de nacionalidad española frente al 20,9% (1.341) extranjeros. Entre los españoles, el 2,3% tienen su residencia en la ciudad Autónoma de Ceuta, el 2,9% en la Ciudad Autónoma de Melilla, el 37,8% en la provincia de Granada, y el 71,0% en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Por otro lado, si se tienen en cuenta los estudiantes matriculados en el curso 2023/2024 en programas de doctorado el total asciende a 4.076, siendo el 47,7% mujeres y el 52,3% hombres. En este caso predomina el estudiantado en programas pertenecientes al área de Ciencias de la Salud (1.147), seguido del área de Ciencias Sociales y Jurídicas (1.082), Artes y Humanidades (767), Ciencias (636), e Ingeniería y Arquitectura (444). Por área geográfica, el 65,0% (2.648) del estudiantado de doctorado son españoles frente al 35,0% (1.428) extranjero. Los principales países de procedencia son colombianos (5,1%), italianos (3,8%), chilenos (3,2%), ecuatorianos (2,9), mexicanos (1,9%) y chinos (1,6%). Entre los estudiantes españoles, destacan los procedentes de la provincia de Granada (47,7%), Jaén (7,4%), Málaga (6,0%), Almería (4,8%), Córdoba (3,6%) y Madrid (3,3%). El 1,9% del estudiantado español matriculado en programas de doctorado tiene su residencia en Melilla y el 1,3% en Ceuta.

Además del estudiantado matriculado en estudios oficiales de grado, máster y doctorado, cabe destacar que de acuerdo con la Memoria Académica de la UGR para el curso 2023/2024 el número de estudiantes cursando másteres de formación permanente, diplomas y otros cursos asciende a 1.066. Por otro lado, 1.298 estudiantes están matriculados en el Aula Permanente de Formación Abierta, 1.885 en el Centro Mediterráneo, 33.355 en enseñanzas online, 7.125 en formación de idiomas en el Centro de

Lenguas Modernas y 762 en otros centros de formación de idiomas como el Instituto Confucio y el Centro de Culturas Eslavas.

En cuanto a estructuras académicas la UGR cuenta con 26 centros propios, 1 centro adscrito, 124 departamentos y 19 institutos de investigación. Oferta un total de 96 grados y dobles grados, 157 másteres y dobles másteres, 28 programas de doctorado y 88 cursos de formación permanente.

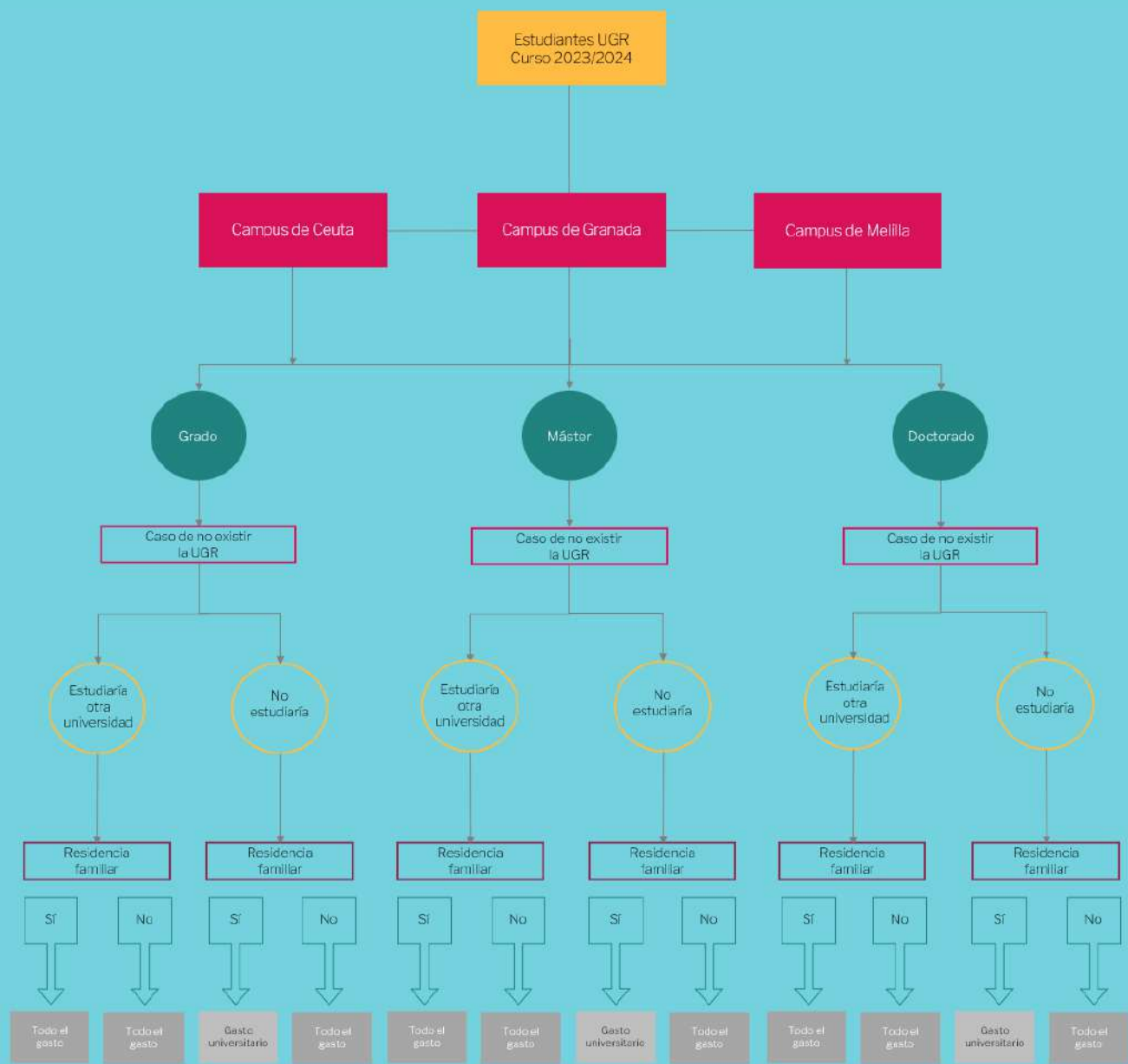
Estimación del gasto de los estudiantes

Con el objetivo de estimar el gasto efectuado por el estudiantado de la UGR, se ha realizado una encuesta online dirigida a todos los estudiantes matriculados en la UGR. En dicha encuesta, los participantes debían indicar el presupuesto de gasto realizado para diferentes categorías de consumo durante sus estudios en Granada y provincia, Ceuta o Melilla, dependiendo de la residencia que tuvieran durante los estudios. Esta información ha sido clave para poder estimar el gasto promedio total realizado por cada estudiante. Sin embargo, para poder cuantificar del gasto total generado por el conjunto del estudiantado de la UGR ha sido necesario considerar otras variables adicionales, además del número total de estudiantes matriculados en la UGR en el curso 2023/2024, como su distribución entre estudios de grado, máster o doctorado, su situación de residencia (familiar o independiente) y la posible decisión que hubiesen tomado en caso de no haber podido estudiar en la Universidad de Granada.

La cifra de estudiantes por tipo de estudio y campus se ha obtenido del portal “UGR en Cifras” desarrollado por la Oficina del Dato de la UGR y que se han comentado en la introducción. En cambio, la cifra del gasto medio de los estudiantes se ha obtenido de la encuesta de gasto realizada, al igual que el porcentaje de estudiantes que residen o no en el hogar familiar y la cuestión relativa a qué hubieran hecho los estudiantes en caso de que no existiera la UGR. Esta última cuestión tiene una relevancia significativa en las distintas categorías de gasto analizadas, influyendo directamente en el cálculo del gasto medio por alumno. No todo el gasto efectuado por los estudiantes de la UGR puede considerarse generador de impacto económico, siendo necesario distinguir entre el gasto que se realizaría en ausencia de la UGR y el derivado específicamente de su existencia, además de diferenciar si el estudiante reside o no en el hogar familiar durante sus estudios.

El gráfico 3.2 resume el procedimiento empleado para determinar el gasto de los estudiantes de la UGR, tanto en el campus de Granada como en los de Ceuta y Melilla. En este esquema resumen se identifican claramente dos tipos de gastos: (1) el gasto total declarado por los estudiantes a lo largo del curso académico, y (2) el gasto universitario que corresponde exclusivamente a aquellas partidas relacionadas directamente con la actividad académica. Para el estudiantado que durante el curso académico reside fuera del hogar familiar, se ha considerado la totalidad del gasto declarado. Por otro lado, a los estudiantes que han manifestado que en caso de no existir la UGR no estudiarían en otra universidad y que permanecen residiendo en el domicilio familiar, solo se les ha imputado la parte correspondiente al gasto estrictamente universitario.

Gráfico 3.2. Cálculo del gasto de los estudiantes



Fuente: elaboración propia



Diseño muestral y cuestionario

Como ya se ha señalado previamente, para realizar la estimación del gasto del estudiantado se diseñó un cuestionario en formato online, que fue distribuido por correo electrónico a todos los estudiantes matriculados en el curso académico de referencia, utilizando para ello una lista de distribución elaborada por el CSRIC. El mensaje incluía una carta de presentación en la que se detallaba el propósito de la investigación y se invitaba a los destinatarios a participar en la encuesta. Con el fin de incentivar la participación, se realizó un sorteo de 2 iPads entre el estudiantado que completaran íntegramente el cuestionario. Además, durante el periodo de recogida de datos se enviaron dos recordatorios a quienes aún no habían respondido. El trabajo de campo se llevó a cabo durante el mes de marzo de 2025.

Una vez finalizado el proceso de recogida de información, se llevó a cabo una fase de depuración exhaustiva de la base de datos final, aplicando diversos controles como la implementación de técnicas estadísticas destinadas a la identificación de valores atípicos (*outliers*), la eliminación de aquellas respuestas cuyo patrón resultó notablemente irregular o anómalo y el análisis específico de valores extremos (máximos y mínimos) en cada categoría de gasto, con el propósito de detectar y corregir posibles errores de escritura que generaran cifras claramente irreales.

Finalmente, se obtuvo una muestra válida compuesta por 4.040 estudiantes, cifra que supone el 7,1% del total del estudiantado matriculado en la UGR. Este tamaño muestral asegura una representatividad adecuada para el análisis.

La tabla 3.8 presenta la descripción de la muestra según diversas variables de clasificación. Respecto al tipo de estudios, el 83,86% del estudiantado que responde a la encuesta está realizando estudios de grado, seguido por un 12,57% con estudios de máster y un 3,57% con estudios de doctorado. Estos datos son consistentes con los datos de la población total de estudiantes de la UGR para el curso 2023/2024, con el 81,55% de estudiantes de grado, 11,28% de estudiantes de máster y 7,17% de estudiantes de doctorado.

En cuanto al campus en el que están estudiando, el 95,40% lo hacen en el campus de Granada, el 1,98% en el campus de Ceuta y el 2,62% estudian en el campus de Melilla. Este reparto de la muestra por campus también tiene una correspondencia bastante parecida con la población de estudiantes que había en los tres campus en el curso 2023/2024: 93,59% en Granada, 2,87% en Ceuta y 3,54% en Melilla.

Con respecto al género, el 64,73% del estudiantado que componía la muestra final eran mujeres, frente al 34,28% de hombres y un 0,99% que declararon otra opción. Estos datos también son bastante próximos al reparto de la población estudiantil en la UGR con el 60,67% mujeres y el 39,33% hombres.

Finalmente, por tramos de edad, el 57,50% de la muestra fueron estudiantes con una edad entre los 18 y 21 años, el 27,95% entre los 22 y 24, el 9,26% entre 25 y 28 años y el 5,30% mayores de 29 años.

Tabla 3.8. Características de la muestra final

Tipo de estudios	Nº de cuestionarios	%
Grado	3.388	83,86
Máster	508	12,57
Doctorado	144	3,57
Total	4.040	100,00
Campus	Nº de cuestionarios	%
Granada	3.854	95,40
Ceuta	80	1,98
Melilla	106	2,62
Total	4.040	100,00
Género	Nº de cuestionarios	%
Mujer	2.615	64,73
Hombre	1385	34,28
Otro	40	0,99
Total	4.040	100,00
Edad	Nº de cuestionarios	%
18-21	2.323	57,50
22-24	1.129	27,95
25-28	374	9,26
> 29	214	5,30
Total	4.040	100,00

El cuestionario se compone de 7 bloques de preguntas distintas (véase anexo 2). El primer bloque aborda aspectos relacionados con la residencia del estudiante durante su etapa académica, incluyendo el tipo de alojamiento, el número de meses que ha residido en Granada, Ceuta o Melilla, así como las alternativas que consideraría en caso de que la Universidad de Granada no estuviera disponible.

El segundo bloque se centra en el presupuesto de gasto anual que el estudiante destina en la ciudad o provincia de Granada, en Ceuta o en Melilla, desglosado en 4 grandes categorías de gasto: (1) Salud (seguros, dentistas, oftalmólogos, consultas privadas, medicamentos, etc.); (2) Mobiliario, equipamiento del hogar y pequeños electrodomésticos; (3) Ordenadores (software y hardware), tablets, *smartphones*, Apps, etc.; (4) viajes fuera de Granada, Ceuta o Melilla.

El tercer bloque del cuestionario contenía las partidas de gasto mensual realizado por los estudiantes durante sus estudios en la UGR. En este caso se tuvieron en cuenta 15 partidas de gasto diferentes: (1) Alimentación en comedores universitarios o similares; (2) Alimentación y bebidas en el

hogar; (3) Tabaco, vapeadores, golosinas, snacks; (4) Ropa y calzado; (5) Vivienda (alquiler, comunidad, agua, electricidad, gas y otros combustibles); (6) Transporte público (bus, metro); (7) Transporte privado (carburante y mantenimiento); (8) Tecnologías de la comunicación (telefonía, fibra); (9) Libros, revistas y diarios; (10) Espectáculos (cine, conciertos, teatro, música, etc.); (11) Ocio (gimnasio, otras actividades deportivas, discotecas, bares, restaurantes, etc.); (12) Fotocopias, encuadernaciones, material docente; (13) Cursos de formación excluida matrícula universitaria (cursos de idiomas, especialización, etc.); (14) Peluquería, aseo, limpieza y cuidado personal; (15) Otros gastos imprevistos (gastos inesperados que podrían incluir reparaciones o situaciones de emergencia).

El cuarto bloque del cuestionario aborda los motivos que han llevado al estudiante a elegir sus estudios actuales. Por su parte, el quinto bloque se centra en la percepción que el alumnado tiene de la UGR, incluyendo el nivel de satisfacción con la institución y la intención de continuar su formación en ella en el futuro. El sexto bloque recoge información sobre las visitas que los estudiantes han recibido de familiares y amigos durante su estancia en la Universidad de Granada, detallando el número de personas por visita y la duración media de las mismas. Por último, el octavo bloque agrupa las variables de clasificación de la muestra.



Procedencia de los estudiantes

El análisis de las respuestas recogidas revela que, durante el curso 2023/2024, el 51,5% del alumnado que forma parte de la muestra tenía su residencia familiar en la provincia de Granada, un 44,3% residía en otras provincias del resto de España, el 2,0% en el extranjero, el 1,4% en la ciudad Autónoma de Melilla y el 0,8% en la ciudad Autónoma de Ceuta (véase gráfico 3.3).

El análisis de la residencia habitual familiar del estudiantado, según el campus en el que cursan sus estudios, permite identificar patrones diferenciados de origen geográfico que, como se ha señalado anteriormente, que determinan los niveles de gasto total durante el curso académico (véase tabla 3.9). La mayoría del estudiantado que está cursando sus estudios en el campus de Granada tiene su residencia familiar en la provincia de Granada, bien la propia capital o en el resto de la provincia (51,5%). Esto explica en parte los menores niveles de gasto asociados a este grupo, dado que una buena parte del estudiantado puede residir en el domicilio familiar, evitando así los gastos derivados del alquiler y la manutención. Por el contrario, el 44,3% del alumnado del campus de Granada procede de provincias del resto de España, mientras que los estudiantes internacionales representan un porcentaje más reducido del 2,0%.

Entre el estudiantado perteneciente a la muestra del campus de Ceuta el 32,5% tiene su residencia familiar en la propia Ciudad Autónoma de Ceuta, mientras que el 2,5% residen en la provincia de Granada, el 1,3% en Melilla, y el 63,7% en otras provincias.

En el campus de Melilla, la tendencia es similar a la de Ceuta, con un 42,5% del estudiantado que reside en la propia Ciudad Autónoma de Melilla y el 56,6% procede del resto de España.

Durante sus estudios, el 28,6% del estudiantado permaneció en el domicilio familiar, mientras que el 71,4% residió fuera del hogar habitual. Entre quienes optaron por vivir fuera del domicilio familiar, la mayoría —un 85,4%— lo hizo en una vivienda de alquiler. Por su parte, el 8,0% se alojó en una residencia universitaria, el 3,2% en una vivienda de familiares distinta a su residencia habitual, el 2,4% en un colegio mayor y el 1,1% en otro tipo de alojamiento.

Si esta información se desagrega en función al campus en el que estudian las personas el comportamiento es muy similar. La vivienda alquilada es la opción más utilizada por quienes estudian fuera del hogar familiar, ligeramente superior en Ceuta (90,6%), Melilla (88,5%) y Granada (85,2%). Le siguen las residencias, ligeramente más alto en Granada respecto a las ciudades norteafricanas, lo que se explicaría por la escasez de plazas de residencias en Ceuta y Melilla respecto a Granada, véase tabla 3.10).

Otra de las cuestiones incluidas en la encuesta hacía referencia al número de meses que, por término medio, los estudiantes residieron en Granada, Ceuta o Melilla a lo largo del curso académico. Los resultados indicaron que la estancia media fue de 9,59 meses, destacando que la mayoría de las respuestas (73,46%) se concentraron en un periodo de entre 9 y 10 meses. Si se distingue por campus no existen diferencias significativas, los estudiantes del campus de Granada declaran una media de 9,60 meses de estancia, frente a los 9,50 meses de Ceuta y los 9,32 meses de Melilla.

Gráfico 3.3. Residencia habitual familiar del estudiantado

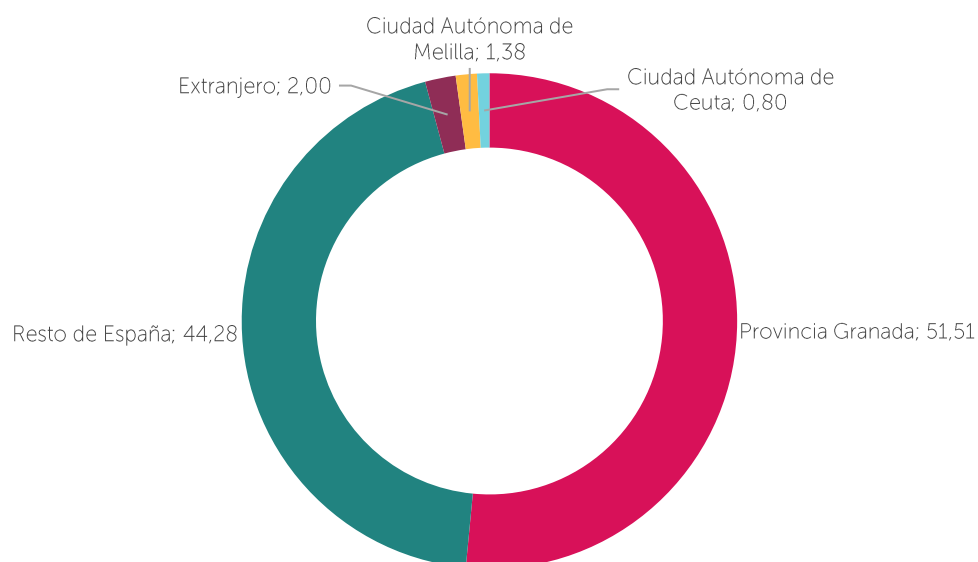


Tabla 3.9. Residencia habitual familiar del estudiantado según campus de estudio

	Campus Granada	Campus Ceuta	Campus Melilla	Totales
Provincia de Granada	53,9%	2,5%	0,0%	2.081
Resto de España	43,5%	63,7%	56,6%	1.789
Extranjero	2,1%	0,0%	0,9%	81
Ciudad Autónoma de Ceuta	0,2%	32,5%	0,0%	33
Ciudad Autónoma de Melilla	0,3%	1,3%	42,5%	56
Totales	3.854	80	106	4.040

Tabla 3.10. Tipo de alojamiento según campus de estudio

	Campus Granada	Campus Ceuta	Campus Melilla	Totales
Vivienda alquilada	85,2%	90,6%	88,5%	2.462
Residencia universitaria	8,1%	7,6%	6,6%	231
Otro tipo de alojamiento	1,1%	0,0%	1,6%	31
Vivienda de la familia distinta a habitual	3,2%	1,9%	3,3%	91
Colegio mayor	2,3%	0,0%	0,0%	68
Totales	2.769	53	61	2.883

¿Y si no existiera la Universidad de Granada?

Es frecuente que, en los estudios sobre el impacto económico de las universidades, se incluya una pregunta hipotética sobre qué decisión habrían tomado los estudiantes si la institución en la que actualmente cursan sus estudios no existiera. Tal y como se ha señalado previamente, la respuesta a esta cuestión condiciona la forma en que se asigna o imputa el gasto generado por el estudiantado. En nuestro caso, el 73,8% de los estudiantes afirmaron que, de no haber contado con la Universidad de Granada, habrían optado por estudiar en otra universidad, mientras que el 26,2% indicaron que, en ese supuesto, no habrían continuado con sus estudios (véase gráfico 3.4).

La tabla 3.11 muestra los resultados a esta cuestión según el campus de estudio. En este caso sí que se ven diferencias importantes entre los tres campus, siendo los estudiantes de Melilla con el 44,3% del total los que piensan que no hubieran estudiado en otra universidad de no haber existido la UGR, seguidos por los estudiantes del campus de Ceuta con el 32,5%. En cambio, el estudiantado en el campus de Granada son los que presentan un porcentaje más bajo de los que declaran que no estudiarían en otra universidad (25,6%). Estos resultados ponen de manifiesto la mayor necesidad percibida de la existencia de la UGR en Ceuta y Melilla para estudiar una titulación universitaria.

Gráfico 3.4. Decisión en caso de no existir la UGR estudiar en otra universidad

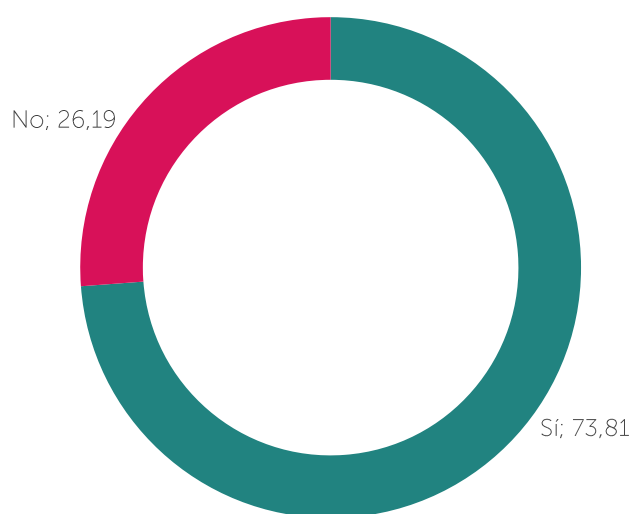


Tabla 3.11. Decisión en caso de no existir la UGR por campus de estudio

	Campus Granada	Campus Ceuta	Campus Melilla	Totales
Estudiar en otra universidad: Sí	74,4%	67,5%	55,7%	2.982
Estudiar en otra universidad: No	25,6%	32,5%	44,3%	1.058
Totales	3.854	80	106	4.040

Motivos de acceso a los estudios

Un factor vinculado a la distribución del gasto del estudiantado es la motivación que les llevó a elegir sus estudios actuales. En el gráfico 3.5 se presenta la distribución de frecuencias de los distintos motivos analizados, según el grado de importancia que les asignan los encuestados (en una escala de 1: ninguna importancia a 5: mucha importancia). Los resultados muestran que las razones consideradas más relevantes (bastante o mucha importancia) son, en primer lugar, la vocación, mencionada por el 73,8% del estudiantado, seguida por el deseo de ampliar conocimientos (68,0%) y las oportunidades de salidas profesionales (54,5%). En el extremo opuesto, los motivos que obtienen los mayores porcentajes de respuestas con poca o ninguna importancia son la imposibilidad de elegir otra carrera (81,4%), la tradición familiar (75,5%) y la recomendación familiar (56,1%).

Si se analizan los valores medios de importancia asignados a cada motivo, se observa que la vocación y el interés por ampliar conocimientos son las razones que obtienen las puntuaciones más altas, con medias de 4,0 y 3,9, respectivamente. En el extremo opuesto, los factores con menor media de importancia son la imposibilidad de elegir otra carrera (1,7), la tradición familiar (1,8) y la recomendación de amigos o familiares (2,4). Cabe señalar, además, que tanto el prestigio de la Universidad de Granada como su posición en los rankings internacionales se sitúan en una posición intermedia, con una media aproximada de 3 en la escala de valoración (véase gráfico 3.6).

Si se desagregan los motivos en función al tipo de estudios (véase tabla 3.12), se concluye que los motivos que impulsan el acceso a los estudios universitarios varían ligeramente según el nivel formativo, aunque se observan algunas tendencias comunes. La vocación aparece como el factor más determinante en los tres niveles, con una intensidad creciente que alcanza su punto máximo en el Doctorado. De forma paralela, el deseo de ampliar conocimientos también adquiere un peso notable, especialmente en los estudios de posgrado, lo que sugiere un perfil de estudiantado cada vez más motivado por el aprendizaje profundo y el desarrollo académico.

Por el contrario, motivos como la tradición familiar o la imposibilidad de cursar otra carrera presentan valores muy bajos en todos los niveles, con una disminución a medida que se avanza en la trayectoria formativa. También se aprecia una ligera pérdida de importancia de las salidas profesionales en el tránsito del Grado al Doctorado, mientras que factores institucionales como el prestigio de la UGR o su posición en rankings mantienen una valoración intermedia, aunque con una ligera tendencia al alza en el nivel doctoral.

Si estos datos se analizan según el campus en el que estudian los estudiantes (gráfico 3.7) a penas se observan grandes diferencias entre ellos. Destacar que a la vocación y a la recomendación se les da algo más de importancia en el caso del campus de Ceuta, las salidas profesionales y la imposibilidad de elegir otra carrera en el campus de Granada, y el prestigio de la UGR y su posición en rankings en Melilla.



Gráfico 3.5. Motivos de acceso a los estudios (porcentajes)

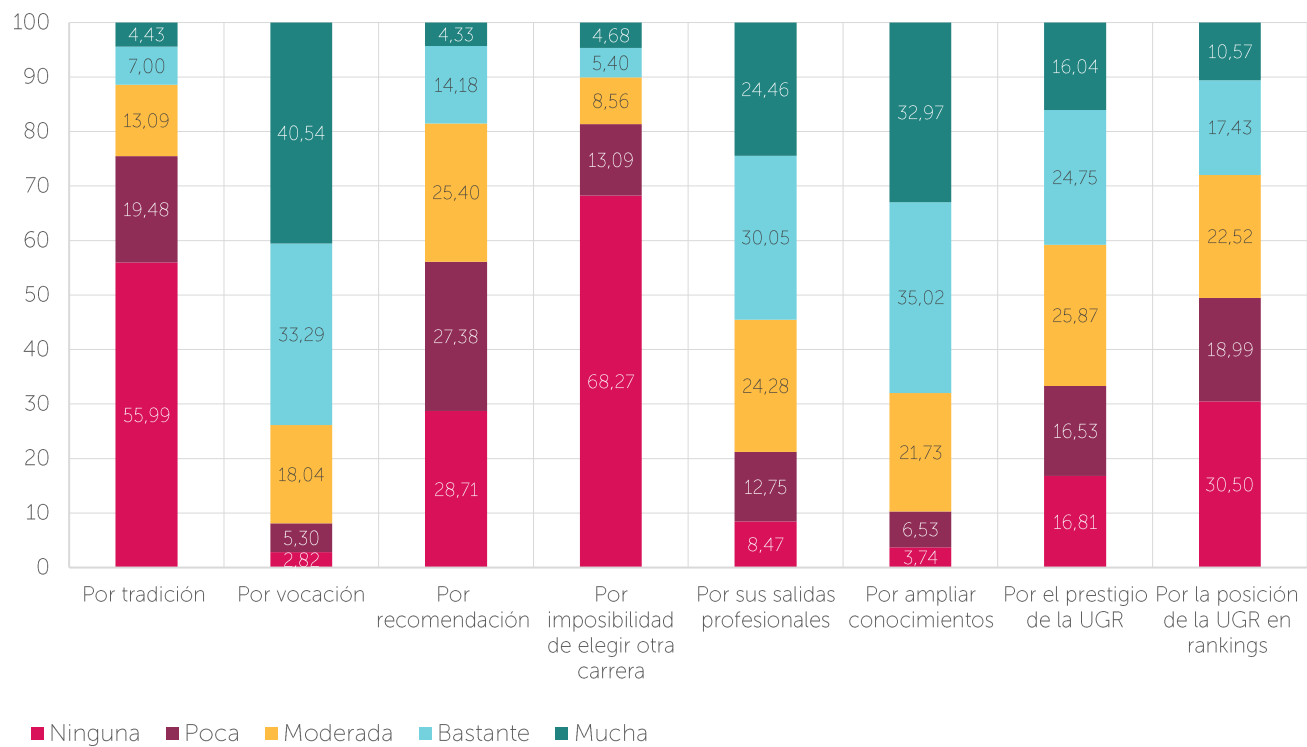


Gráfico 3.6. Motivos de acceso a los estudios (valores medios)

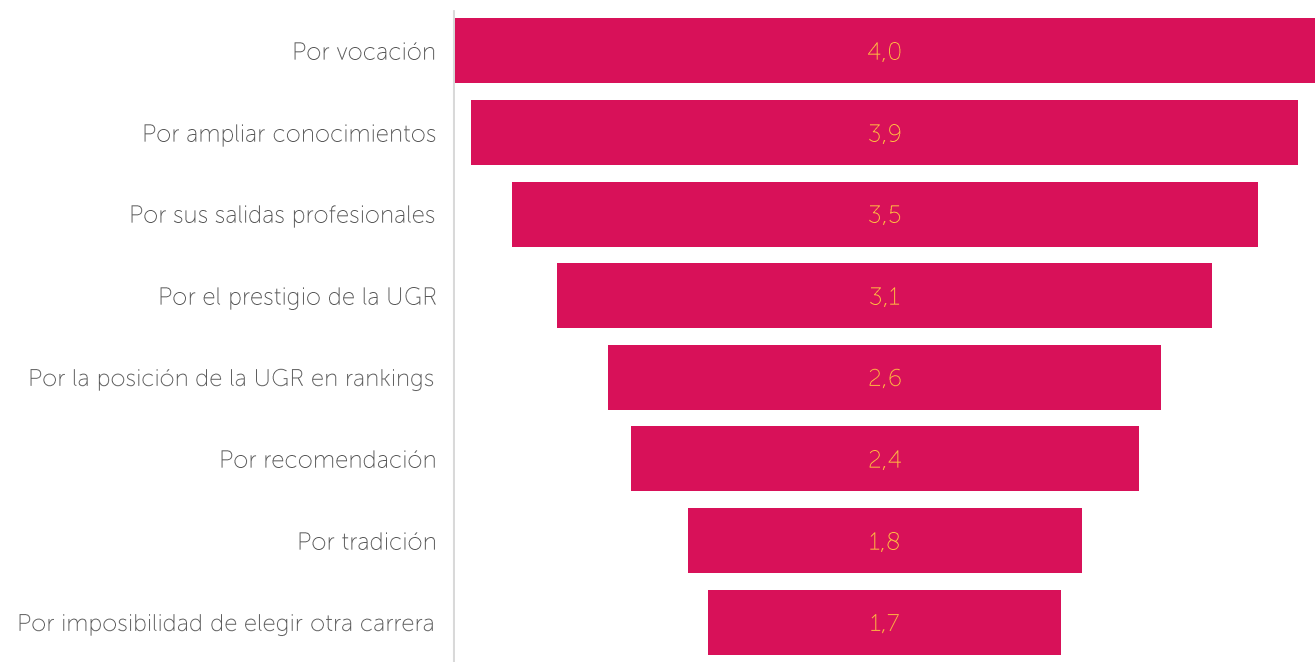
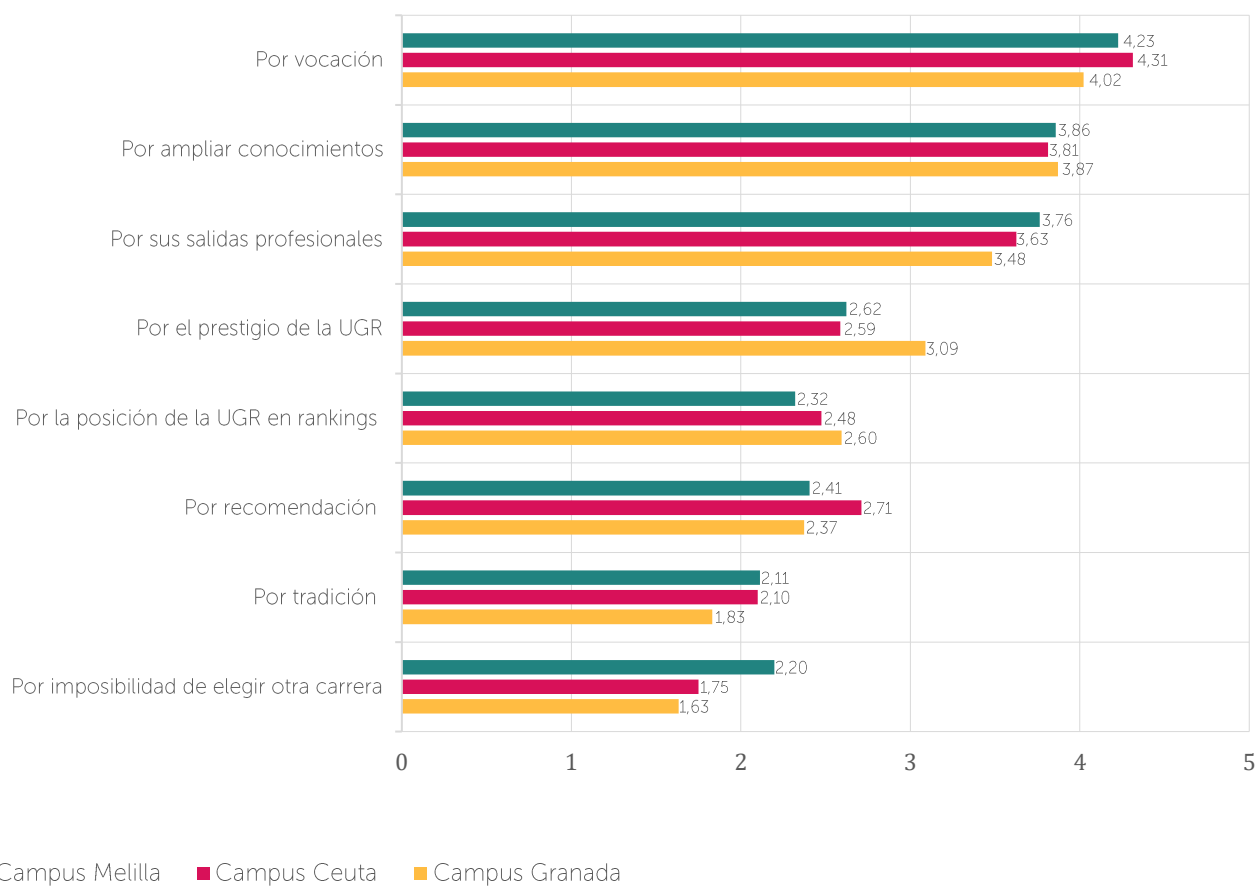


Tabla 3.12. Motivos de acceso a los estudios. Valores medios por tipo de estudios

	Grado	Máster	Doctorado
Por tradición familiar	1,8	1,8	1,7
Por vocación	4,0	4,1	4,3
Por recomendación	2,4	2,4	2,3
Por imposibilidad de estudiar otra carrera	1,7	1,6	1,4
Por salidas profesionales	3,5	3,4	3,1
Por ampliación de conocimientos	3,8	4,0	4,2
Por prestigio de la UGR	3,1	3,0	3,3
Por la posición de la UGR en rankings	2,6	2,6	2,7

Gráfico 3.7. Motivos de acceso a los estudios (valores medios) por campus de estudio



Gasto realizado

El cuestionario incluía diversas partidas de gasto, tanto anuales como mensuales, asociadas a los gastos que el estudiantado afronta a lo largo del curso académico. La tabla 3.13 recoge los valores medios de cada una de estas partidas para el conjunto de la muestra. Al sumar las partidas de gasto anual y el gasto mensual multiplicado por el número medio de meses de residencia en Granada (9,59 meses), se estima un gasto total anual por estudiante de 7.894 euros.

Entre las distintas partidas, la vivienda representa la mayor parte del gasto, con una media mensual de 281,1 euros, seguida —aunque a considerable distancia— por los gastos en alimentación y bebidas en el hogar (120,1 euros mensuales), el ocio (53,0 euros) y la alimentación en comedores (41,3 euros). En cuanto a los gastos anuales, destacan especialmente los relacionados con la compra de ordenadores, software y hardware, con una media de 285,3 euros por estudiante, seguidos por los gastos en salud (224,2 euros) y mobiliario y equipamiento del hogar (165,6 euros).

Tabla 3.13. Gasto total del estudiante de la UGR

Gasto anual			
Partidas de gasto	Casos	Media	Desv. Típ.
Salud	4.040	224,2	286,7
Mobiliario y equipamiento del hogar	4.040	165,6	391,5
Ordenadores (software y hardware)	4.040	285,3	346,8
Viajes fuera de Granad/Ceuta/Melilla	4.040	362,0	393,8
Gasto mensual			
Partidas de gasto	Casos	Media	Desv. Típ.
Alimentación en comedores universitarios	4.040	41,3	43,6
Alimentación y bebidas en el hogar	4.040	120,1	83,9
Tabaco, vapeadores, golosinas, snacks...	4.040	15,4	18,7
Ropa y calzado	4.040	37,8	34,9
Vivienda	4.040	281,1	207,1
Transporte público	4.040	18,4	17,4
Transporte privado	4.040	18,4	39,0
Tecnología de la comunicación	4.040	14,1	14,8
Libros, revistas y diarios	4.040	11,6	15,9
Espectáculos	4.040	13,7	13,9
Ocio	4.040	53,0	43,2
Fotocopias y otros	4.040	14,5	17,7
Cursos de formación	4.040	19,5	47,7
Peluquería y aseo	4.040	23,1	17,9
Otros gastos imprevistos	4.040	32,4	35,1
GASTO TOTAL	7.894,45		

Dado que uno de los objetivos principales de este estudio es estimar el impacto socioeconómico que genera la UGR en la provincia de Granada y en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, es necesario desagregar las partidas de gasto entre los tres campus de acuerdo con las respuestas otorgadas por el estudiantado en cada caso. Así, la tabla 3.14 recoge el gasto total del estudiantado según el campus en el que está estudiando.

El análisis del gasto anual y mensual declarado por el estudiantado, según el campus en el que cursan sus estudios (Granada, Ceuta o Melilla), permite identificar las principales partidas de desembolso económico a lo largo del curso académico. Entre los gastos anuales, destacan especialmente las partidas destinadas a viajes fuera de la ciudad de residencia, con medias de 357,3 euros en Granada, 427,5 euros en Ceuta y 481,8 euros en Melilla. Estos resultados resultan coherentes si se consideran las condiciones de extrapeninsularidad de Ceuta y Melilla, que implican un mayor coste asociado a los desplazamientos. A continuación, sobresale el gasto en ordenadores, software y hardware, con una media de 281,6 euros en Granada, 392,9 euros en Ceuta y 338,2 euros en Melilla. Por otro lado, las partidas relacionadas con la salud y con el mobiliario y equipamiento del hogar también registran valores significativos, situándose en torno a los 224 euros y 164,7 euros, respectivamente, en el caso de Granada, con cifras algo más elevadas en los campus de Ceuta y Melilla.

Por otro lado, en las partidas de gasto mensual, la vivienda continúa representando la mayor parte del presupuesto, con un gasto medio de 282,2 euros en Granada, seguido de 263,6 euros en Ceuta y 253,8 euros en Melilla. A continuación, la alimentación y bebidas en el hogar ocupa la segunda posición, con medias mensuales de 119,9 euros en Granada, 113,6 euros en Ceuta y 130,3 euros en Melilla. Otras partidas destacadas son el ocio, con valores cercanos a los 53 euros en Granada, 51,5 euros en Ceuta y 59,5 euros en Melilla, así como la alimentación en comedores universitarios.

Considerando tanto el gasto anual como el mensual (este último multiplicado por el número medio de meses de residencia en cada lugar), se estima un gasto total anual por estudiante de 7.890,18 euros en Granada, 7.851,66 euros en Ceuta y 8.081,95 euros en Melilla.

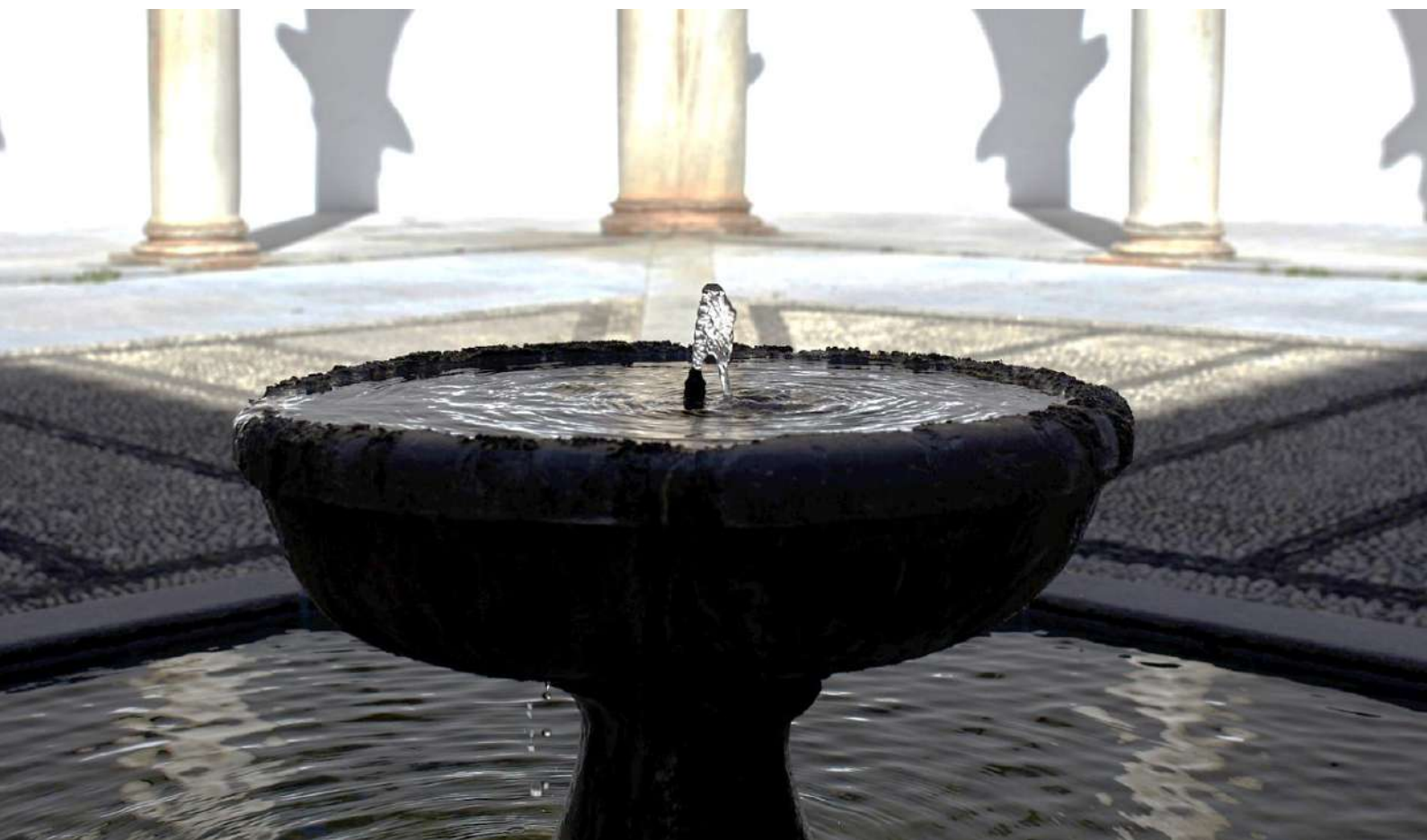


Tabla 3.14. Gasto total del estudiante de la UGR según campus en el que estudia

Gasto anual						
	Granada		Ceuta		Melilla	
Partidas de gasto	Casos	Media	Casos	Media	Casos	Media
Salud	3.854	224,0	80	251,1	106	210,4
Mobiliario y equipamiento del hogar	3.854	164,7	80	189,6	106	179,7
Ordenadores (software y hardware)	3.854	281,6	80	392,9	106	338,2
Viajes fuera de Granad/Ceuta/Melilla	3.854	357,3	80	427,5	106	481,8
Gasto mensual						
	Granada		Ceuta		Melilla	
Partidas de gasto	Casos	Media	Casos	Media	Casos	Media
Alimentación en comedores universitarios	3.854	41,0	80	44,4	106	49,5
Alimentación y bebidas en el hogar	3.854	119,9	80	113,6	106	130,3
Tabaco, vapeadores, golosinas, snacks...	3.854	15,3	80	15,1	106	19,6
Ropa y calzado	3.854	37,4	80	38,6	106	48,9
Vivienda	3.854	282,2	80	263,6	106	253,8
Transporte público	3.854	18,8	80	12,9	106	8,9
Transporte privado	3.854	18,4	80	19,7	106	18,6
Tecnología de la comunicación	3.854	14,0	80	14,8	106	16,8
Libros, revistas y diarios	3.854	11,6	80	8,0	106	11,5
Espectáculos	3.854	13,8	80	10,0	106	12,4
Ocio	3.854	52,9	80	51,5	106	59,5
Fotocopias y otros	3.854	14,3	80	21,2	106	18,1
Cursos de formación	3.854	19,4	80	18,6	106	26,6
Peluquería y aseo	3.854	22,9	80	27,4	106	26,8
Otros gastos imprevistos	3.854	32,2	80	36,3	106	37,7
GASTO TOTAL	7890,18		7851,66		8081,95	

Al desglosar el gasto total anual por tipo de estudios (véase tabla 3.15), se aprecia que el estudiantado de grado tiene un gasto medio de 7.719,30 euros, mientras que el de máster alcanza los 8.369,40 euros y el de doctorado los 10.339,67 euros. Estas cifras indican que los estudiantes de máster gastan un 8,4% más que los de grado, mientras que el alumnado de doctorado presenta un gasto un 23,5% superior al de máster y un 34,0% más elevado en comparación con los de grado. Este mayor incremento en máster y especialmente en doctorado puede estar relacionado tanto con una mayor capacidad económica del estudiantado de máster y doctorado como con las características propias de estos niveles (mayor movilidad, más recursos tecnológicos, estancias de investigación, etc.).

El análisis detallado de las partidas de gasto anual y mensual según el nivel de estudios permite concluir que la vivienda y la alimentación continúan siendo las principales áreas de desembolso económico en todos los niveles, aunque con importes sensiblemente superiores entre los estudiantes

de doctorado, que destinan de media 366,1 euros mensuales a alojamiento y 167,8 euros a alimentación y bebidas en el hogar. Además, se observa que el estudiantado de doctorado presenta un gasto significativamente mayor en viajes fuera de la ciudad de residencia, lo que puede estar relacionado con estancias de investigación en Granada o la participación en congresos y seminarios. Estas diferencias reflejan no solo las distintas necesidades y estilos de vida según el nivel de estudios, sino también el peso que tienen la movilidad académica y la especialización en las etapas más avanzadas de la formación universitaria.

Tabla 3.15. Gasto total del estudiante de la UGR por tipo de estudios

Gasto anual						
	Grado		Máster		Doctorado	
Partidas de gasto	Casos	Media	Casos	Media	Casos	Media
Salud	3.388	220,1	508	241,6	144	258,1
Mobiliario y equipamiento del hogar	3.388	167,1	508	152,5	144	176,3
Ordenadores (software y hardware)	3.388	290,4	508	249,3	144	292,3
Viajes fuera de Granad/Ceuta/Melilla	3.388	346,1	508	393,3	144	623,8
Gasto mensual						
	Grado		Máster		Doctorado	
Partidas de gasto	Casos	Media	Casos	Media	Casos	Media
Alimentación en comedores universitarios	3.388	39,9	508	45,5	144	59,1
Alimentación y bebidas en el hogar	3.388	114,9	508	140,8	144	167,8
Tabaco, chucherías, otros	3.388	15,5	508	14,9	144	16,6
Ropa y calzado	3.388	38,0	508	35,2	144	40,6
Vivienda	3.388	275,6	508	294,1	144	366,1
Transporte público	3.388	18,5	508	18,2	144	17,8
Transporte privado	3.388	17,7	508	20,4	144	27,4
Comunicaciones	3.388	13,5	508	16,8	144	18,4
Libros, revistas y diarios	3.388	11,7	508	10,2	144	14,5
Espectáculos	3.388	13,3	508	14,5	144	18,7
Ocio	3.388	50,6	508	63,9	144	73,1
Fotocopias	3.388	15,5	508	9,7	144	8,7
Cursos de formación	3.388	19,1	508	22,4	144	18,5
Peluquería y aseo	3.388	23,1	508	22,5	144	23,8
Otros gastos imprevistos	3.388	31,8	508	35,3	144	38,3
GASTO TOTAL	7.719,30		8.369,40		10.339,67	



El análisis del gasto declarado por el estudiantado, según si el estudiante es de intercambio (ERASMUS o nacional SICUE) o no, permite identificar diferencias significativas tanto en el volumen total de gasto anual como en la estructura y distribución de las principales partidas. El gasto total anual estimado es más elevado entre el estudiantado de intercambio nacional (SICUE), con una media de 8.862,23 euros, seguido por los estudiantes de la Universidad de Granada (7.888,54 euros) y, en último lugar, por los estudiantes Erasmus (7.642,74 euros). Este último dato se explica, en buena medida, por la menor duración media de la estancia de los Erasmus en la UGR (7,61 meses), frente a los 9,65 meses del estudiantado local y los 9,48 meses de los SICUE. Para realizar una comparación más precisa, es necesario considerar la misma duración del curso, tomando como referencia el periodo lectivo correspondiente a un estudiante local. En este contexto, el gasto medio de un estudiante ERASMUS asciende a 9.691,52 euros, mientras que el de un estudiante SICUE es de 9.021,15 euros.

Si se atiende al gasto mensual (véase tabla 3.16), se observa que los estudiantes Erasmus y SICUE presentan importes más elevados en algunas de las principales partidas, especialmente en vivienda y alimentación. En concreto, el gasto medio mensual en alojamiento alcanza los 355,2 euros entre el estudiantado Erasmus y los 349,9 euros entre los SICUE, muy por encima de los 278,3 euros del alumnado de la UGR. Esta diferencia podría estar relacionada con un menor acceso a alojamientos compartidos o con la elección de opciones de mayor coste por parte de los estudiantes de movilidad. Del mismo modo, el gasto en alimentación y bebidas en el hogar es mayor entre los estudiantes Erasmus (143,1 euros) y SICUE (145,3 euros) que entre los de la UGR (119,1 euros). En cuanto a las partidas de gasto anual, destaca el mayor desembolso en salud entre el estudiantado Erasmus, con una media de 320,4 euros, frente a los 222,2 euros del estudiantado UGR y los 182,9 euros de los SICUE. Esta diferencia puede estar vinculada a la necesidad de contratar seguros médicos privados por parte del alumnado extranjero, así como a otros gastos derivados de no estar plenamente cubiertos por el sistema sanitario nacional. Igualmente, el gasto en viajes fuera del lugar de residencia es sensiblemente superior entre los Erasmus (570,2 euros), lo que resulta coherente con la tendencia de este colectivo a aprovechar su estancia para conocer otros destinos durante el intercambio. Los SICUE también presentan un gasto notable en esta partida (404,6 euros), superior al registrado entre el estudiantado de la UGR (356,0 euros). Finalmente, es relevante señalar que las partidas vinculadas al ocio, espectáculos y actividades culturales presentan también valores más altos entre los estudiantes Erasmus y SICUE, lo que podría reflejar una mayor dedicación a actividades de socialización y disfrute del entorno durante su estancia. Estos resultados ponen de manifiesto que las diferencias en los patrones de gasto entre los distintos perfiles de estudiantes no solo responden a la duración de la estancia, sino también a comportamientos de consumo diferenciados y a las características propias de cada modalidad de movilidad.

Tabla 3.16. Gasto total del estudiante de la UGR por tipo de estudiante de intercambio

Gasto anual						
	UGR		Erasmus		SICUE	
Partidas de gasto	Casos	Media	Casos	Media	Casos	Media
Salud	3889	222,2	101	320,4	50	182,9
Mobiliario y equipamiento del hogar	3889	164,6	101	188,7	50	196,8
Ordenadores (software y hardware)	3889	285,3	101	291,5	50	272,7
Viajes fuera de Granad/Ceuta/Melilla	3889	356,0	101	570,2	50	404,6
Gasto mensual						
	UGR		Erasmus		SICUE	
Partidas de gasto	Casos	Media	Casos	Media	Casos	Media
Alimentación en comedores universitarios	3889	40,9	101	54,6	50	47,8
Alimentación y bebidas en el hogar	3889	119,1	101	143,1	50	145,3
Tabaco, chucherías, otros	3889	15,2	101	20,8	50	19,3
Ropa y calzado	3889	37,6	101	45,4	50	34,0
Vivienda	3889	278,3	101	355,2	50	349,9
Transporte público	3889	18,4	101	20,1	50	21,2
Transporte privado	3889	18,8	101	5,5	50	12,2
Comunicaciones	3889	14,1	101	14,2	50	11,9
Libros, revistas y diarios	3889	11,6	101	10,8	50	9,2
Espectáculos	3889	13,5	101	16,7	50	18,4
Ocio	3889	52,8	101	59,8	50	61,0
Fotocopias	3889	14,5	101	11,2	50	17,9
Cursos de formación	3889	19,9	101	10,4	50	12,0
Peluquería y aseo	3889	23,0	101	25,6	50	21,2
Otros gastos imprevistos	3889	32,2	101	40,6	50	34,6
GASTO TOTAL	7.888,54		7.642,74(*)		8.862,23(*)	

(*) Suponiendo una duración media del curso equivalente a la de un estudiante local, el gasto medio de un estudiante ERASMUS asciende a 9.691,52 euros, mientras que el de un estudiante SICUE es de 9.021,15 euros.

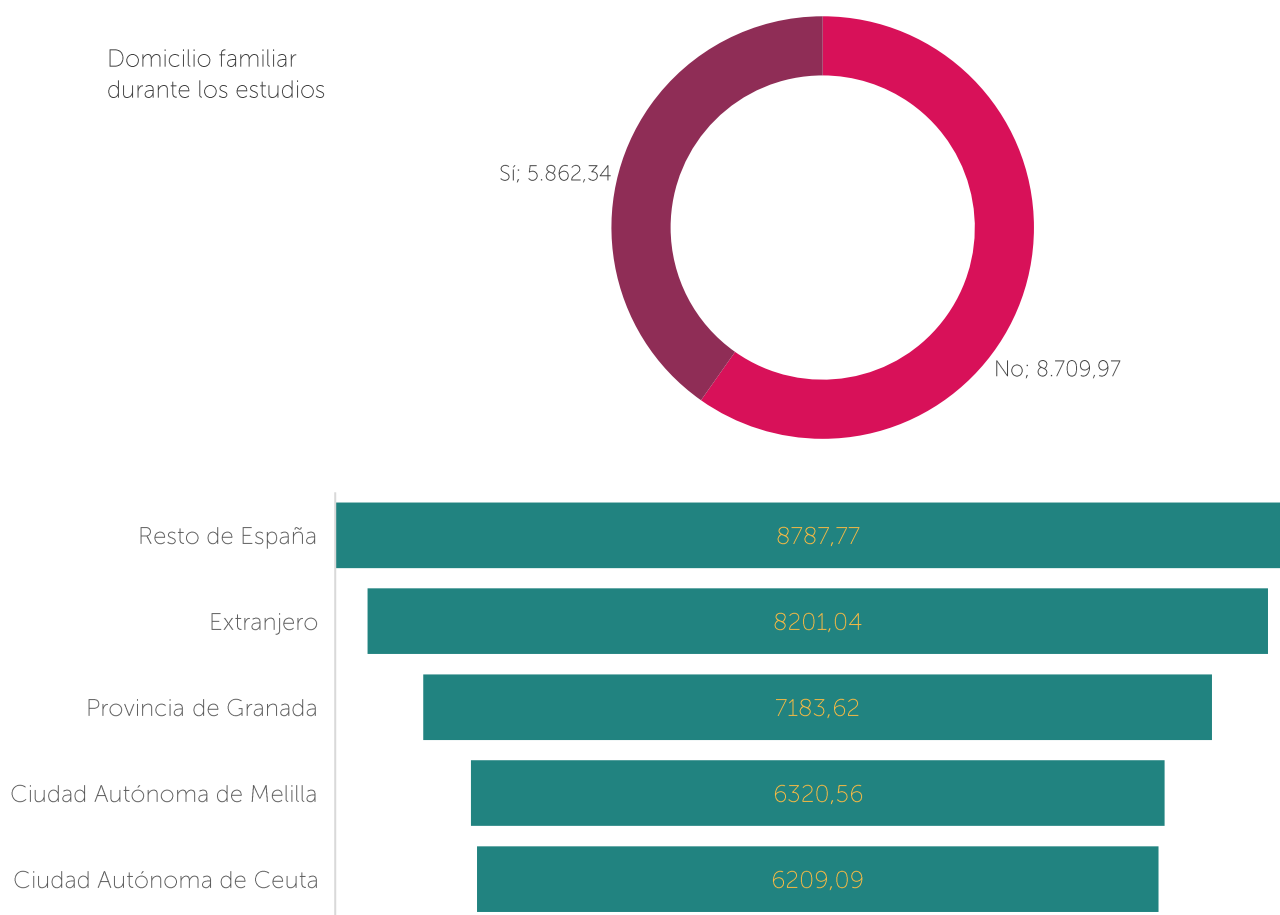
El gasto total del estudiantado también varía en función de su lugar de residencia familiar durante el periodo de estudios. Es razonable pensar que aquellos estudiantes cuya residencia familiar se encuentra fuera de la ciudad de Granada asumen un mayor gasto total, ya que deben afrontar costes adicionales derivados del desplazamiento, el alojamiento y la manutención fuera de su hogar habitual. Según los datos obtenidos (véase gráfico 3.18), el alumnado procedente del resto de España es el que presenta un gasto total medio anual más elevado, con 8.787,8 euros, seguido muy de cerca por los estudiantes procedentes de otros países cuyo gasto medio alcanza los 8.201,0 euros. Esto supone aproximadamente un 14,2% más de gasto respecto al estudiantado cuya residencia familiar en la provincia de Granada, incluida Granada capital), donde el gasto medio anual es de 7.183,6 euros. Por otro

lado, el estudiantado con residencia en la Ciudad Autónoma de Melilla registra un gasto medio de 6.320,6 euros, frente a los 6.209,1 euros de gasto medio del estudiantado residente en la Ciudad Autónoma de Ceuta.

El lugar de residencia durante los estudios condiciona el gasto total anual del alumnado. En concreto, aquellos estudiantes que declaran haber residido fuera del domicilio familiar presentan un gasto medio anual de 8.710,0 euros, mientras que entre quienes permanecieron en el hogar familiar esta cifra se reduce a 5.862,3 euros. Esto supone que los estudiantes que viven fuera de casa gastan, de media, un 48,6% más que aquellos que residen con su familia durante el curso académico. Esta diferencia pone de manifiesto el importante sobre coste que implica tener que asumir gastos de alquiler, residencias o manutención de manera independiente, factores que explican en gran medida el mayor desembolso económico de este grupo.

Si se analiza el gasto total del estudiante según el campus en el que estudia y el tipo de título que está realizando podemos ver como en el caso de los estudios de grado son los estudiantes del campus de Melilla los que presentan un volumen de gasto más alto (8.140,46 euros), seguido por los del campus de Ceuta (7.764,07 euros) y los del campus de Granada (7.706,35 euros). Dado el reducido número de estudiantes de máster y doctorado en los campus de Ceuta y Melilla en la muestra final, no resulta procedente realizar un análisis del gasto medio por campus para este tipo de titulaciones.

Gráfico 3.8. Gasto total del estudiante por tipo de residencia familiar



Análisis del gasto de los estudiantes de la UGR por Campus

De acuerdo con lo que muestra en las tablas 3.17, 3.18 y 3.19, se ha calculado el gasto total del estudiantado considerando dos escenarios: (1) que el estudiante hubiera continuado sus estudios en caso de no existir la Universidad de Granada, (2) que no los hubiera continuado. El cálculo contempla el tipo de estudios (Grado, Máster o Doctorado), la residencia habitual del estudiante durante el curso (en el hogar familiar o fuera de él), así como el gasto medio estimado. Para aquellos estudiantes que declaran que no habrían continuado sus estudios y que residen en el domicilio familiar, únicamente se ha considerado el gasto directamente vinculado a la actividad universitaria (como software, libros, material y cursos). Además, se ha calculado dicho gasto de manera separada para los campus de Granada, Ceuta y Melilla.

Campus de Granada

En el primer escenario, estudiantes que habrían cursado estudios en otra universidad, se concentra la mayor parte del volumen de gasto. Destaca especialmente el estudiantado de Grado que reside fuera del hogar familiar, con un gasto estimado en 179,2 millones de euros. A continuación, se sitúan los estudiantes de Máster y Doctorado en la misma situación, con 3,7 millones y 0,6 millones de euros, respectivamente. Aunque con un volumen menor, también son significativas las cifras correspondientes a quienes permanecen en su domicilio familiar: 36,6 millones en estudios de Grado, 0,7 millones en Máster y 0,2 millones en Doctorado.

En el segundo escenario, estudiantes que no habrían continuado su formación universitaria, el gasto realizado es sensiblemente inferior, aunque mantiene patrones similares. El mayor gasto corresponde, una vez más, a los estudiantes de Grado no residentes en el hogar familiar, con 40,8 millones de euros, seguidos por los estudiantes de Máster (1,5 millones) y Doctorado (0,6 millones) en la misma situación. En el caso del estudiantado residente en el domicilio familiar, el gasto es más reducido, destacando principalmente la partida de 2,7 millones de euros para Grado.

En conjunto, el gasto total anual generado por el estudiantado del campus de Granada se estima en 271,0 millones de euros. Esta cifra incluye los 4,4 millones de euros aportados por el alumnado del Centro de Lenguas Modernas (CLM), que participa en cursos de diversa duración (ordinarios, de un cuatrimestre, de verano o programas específicos). Para este cálculo se han considerado únicamente los estudiantes extranjeros que no forman parte del programa ERASMUS de la UGR. Los algo más de 2.600 estudiantes de este centro han sido convertidos a estudiantes equivalentes a tiempo completo, en función de la duración media general de los estudios en la UGR, lo que significa un total de 458 estudiantes equivalentes. Al multiplicar esta cifra por el gasto medio de un estudiante ERASMUS para dicha duración, se obtiene el gasto total estimado de 4,4 millones de euros.



Tabla 3.17. Estimación del volumen de gasto total del estudiantado (campus de Granada)

Si no existiera UGR: Estudiaría en otra universidad	Tipo de estudios	Gasto total medio (1)	Nº de estudiantes (2)	% según muestra	Gasto total
Residencia familiar	Grado	5.368,25	43.177	15,80	36.626.109
Residencia familiar	Máster	6.645,99	6.139	1,71	698.698
Residencia familiar	Doctorado	8.673,42	3.988	0,52	179.500
No residencia familiar	Grado	8.589,37	43.177	48,31	179.176.786
No residencia familiar	Máster	8.783,11	6.139	6,85	3.693.501
No residencia familiar	Doctorado	11.121,08	3.988	1,25	552.372
Si no existiera UGR: No estudiaría en otra universidad	Tipo de estudios	Gasto total medio (1)	Nº de estudiantes (2)	% según muestra	Gasto total
Residencia familiar	Grado	744,37	43.177	8,38	2.693.594
Residencia familiar	Máster	627,88	6.139	1,32	51.007
Residencia familiar	Doctorado	814,60	3.988	0,42	13.487
No residencia familiar	Grado	8.522,30	43.177	11,08	40.768.567
No residencia familiar	Máster	8.671,05	6.139	2,85	1.519.324
No residencia familiar	Doctorado	10.519,22	3.988	1,50	631.328
Total				100	266.604.271
Gasto estudiantes CLM	CLM	9.692	458		4.442.786
TOTAL					271.047.057

Campus de Ceuta

La metodología aplicable para la estimación del volumen de gasto en el campus de Ceuta ha sido la misma que para el campus de Granada, con la única diferencia de que debido al bajo número de casos en la muestra de estudiantes de máster y doctorado se ha tenido que utilizar como referencia el gasto medio de un estudiante de grado en cada escenario.

Los resultados ponen de manifiesto que la mayor parte del gasto se produce en el primer escenario en el que en caso de no haber existido la UGR los estudiantes habrían cursado estudios en otra universidad. Destaca especialmente el estudiantado de Grado que reside fuera del hogar familiar, con un gasto estimado en 5,1 millones de euros. Le siguen los estudiantes de Máster y Doctorado en la misma situación, con de 29.850 €. Aunque con menor cuantía, también son relevantes las cifras correspondientes a quienes permanecen en su domicilio familiar: 1,35 millones de € en estudios de Grado y 12.509 euros en Máster.

En el segundo escenario, estudiantes que no habrían continuado su formación universitaria, la cantidad es inferior, aunque mantiene patrones similares. El mayor gasto corresponde, de nuevo, a los estudiantes de Grado no residentes en el hogar familiar, con un total de 2,38 millones de €, seguidos por los estudiantes de Máster y Doctorado desplazados, con 46.859€. En el caso del estudiantado residente en el domicilio familiar, el impacto es más reducido, destacando principalmente los 208,9 mil euros generados por los estudiantes de Grado.

En conjunto, el gasto total anual generado por el estudiantado perteneciente para al campus de Ceuta, considerando ambos escenarios, se estima en 9,13 millones de €.

Tabla 3.18. Estimación del volumen de gasto total del estudiantado (campus de Ceuta)

Si no existiera UGR: Estudiaría en otra universidad	Tipo de estudios	Gasto total medio (1)	Nº de estudiantes (2)	% según muestra	Gasto total
Residencia familiar	Grado	5.136,24	1.435	18,28	1.347.297
Residencia familiar	Máster+Doctorado	5.136,24	151	1,61	12.509
No residencia familiar	Grado	9.192,22	1.435	38,71	5.106.130
No residencia familiar	Máster+Doctorado	9.192,22	151	2,15	29.850
Si no existiera UGR: No estudiaría en otra universidad	Tipo de estudios	Gasto total medio (1)	Nº de estudiantes (2)	% según muestra	Gasto total
Residencia familiar	Grado	933,59	1.435	15,59	208.878
Residencia familiar	Máster+Doctorado	933,59	151	3,23	4.547
No residencia familiar	Grado	9620,12	1.435	17,20	2.375.032
No residencia familiar	Máster+Doctorado	9620,12	151	3,23	46.859
TOTAL				100	9.131.102

Campus de Melilla

Para el caso del campus de Melilla se han considerado las mismas partidas de gasto medio en grado, máster y doctorado en los distintos escenarios que, para Ceuta, dado el bajo número de casos en la muestra cuando se desciende para esos campus por tipo de estudio y los dos escenarios y tipo de residencia.

Como en los otros dos campus, en el campus de Melilla el gasto de los estudiantes se concentra en el escenario en que los estudiantes optarían por cursar sus estudios en otra universidad en ausencia de la UGR. En este contexto, el grupo más relevante es el de estudiantes de Grado no residentes en el hogar familiar, cuyo gasto alcanzaría los 6,18 millones de €. A esto se suma lo correspondiente a los estudiantes de Máster y Doctorado en la misma situación que asciende a 40.525 €. Por otra parte, el alumnado que mantendría su residencia en el domicilio familiar también contribuiría de manera significativa, con 1,63 millones de € en el caso de los estudios de Grado y 16.983 euros en los de Máster y Doctorado.

En el escenario alternativo, aquellos estudiantes que no habrían continuado su formación universitaria, la cantidad sería más reducida, aunque no despreciable. Destaca, nuevamente, el gasto de los estudiantes de Grado no residentes en el hogar familiar, que ascendería a 2,87 millones de €, seguido por el de los estudiantes de Máster y Doctorado desplazados, con 63.617 euros. En cuanto al estudiantado que seguiría residiendo en su hogar familiar, el gasto estimado sería de 252.692 € en Grado y 6.174 € en Máster.

En conjunto, considerando ambos escenarios, el gasto total anual atribuible al estudiantado del campus de Melilla se estima en 11.060.271 de €.

Tabla 3.19. Estimación del volumen de gasto total del estudiantado (campus de Melilla)

Si no existiera UGR: Estudiaría en otra universidad	Tipo de estudios	Gasto total medio (1)	Nº de estudiantes (2)	% según muestra	Gasto total
Residencia familiar	Grado	5.136,24	1736	18,28	1.629.900
Residencia familiar	Máster+Doctorado	5.136,24	205	1,61	16.983
No residencia familiar	Grado	9.192,22	1736	38,71	6.177.172
No residencia familiar	Máster+Doctorado	9.192,22	205	2,15	40.525
Si no existiera UGR: No estudiaría en otra universidad	Tipo de estudios	Gasto total medio (1)	Nº de estudiantes (2)	% según muestra	Gasto total
Residencia familiar	Grado	933,59	1736	15,59	252.692
Residencia familiar	Máster+Doctorado	933,59	205	3,23	6.174
No residencia familiar	Grado	9620,12	1736	17,20	2.873.209
No residencia familiar	Máster+Doctorado	9620,12	205	3,23	63.617
Total				100	11.060.271

3.3. El gasto de los visitantes

Gasto de los visitantes

El alumnado de la universidad recibe visitas de amigos/as, parejas, conocidos o familiares durante el curso académico. Eso también alcanza una magnitud nada despreciable que es más importante cuanto mayor sea el número de estudiantes procedentes de otras provincias y de otros países. En este sentido, recordemos que la Universidad de Granada es una de las universidades que recibe más estudiantes ERASMUS y que tiene un porcentaje importante de su alumnado procedente de otras provincias.

Para estimar la cuantía del gasto generado por los visitantes se incluyeron preguntas en el cuestionario sobre el estudio del gasto de los estudiantes. Así se preguntaba si se recibía visitas o no, en caso positivo se preguntaba por el número de visitas recibidas durante el curso académico, el número de personas y la duración media de las visitas.

Una vez depurada la base de datos como ya se ha comentado. En particular para las variables referidas a la visita se ha depurado anulando patrones de respuesta o en el caso de valores claramente desproporcionados, considerando como tales los valores superiores a la media más dos veces la desviación típica de la variable correspondiente.

Campus de Granada

En el campus de Granada el porcentaje del alumnado de grado que recibió visitas fue del 37,3%, siendo el número medio de visitas de 4,1 con un promedio de 2,7 personas por visita y una duración media de 3,41 días. En cuanto a máster el porcentaje de visitas es algo mayor (41,4%), con un promedio algo menor de visitas (3,28) también de personas (2,46) pero de mayor duración (4,27). Respecto a los estudiantes de doctorado esas cifras son 38%, 2,78 visitas durante el curso, de 2,24 personas y con una duración de 5,66 días.

En términos generales, estas cifras no difieren mucho de las del último estudio. El porcentaje de estudiantes que reciben visitas es algo mayor que en el estudio anterior como también es algo más grande el número de personas, por el contrario, es menor el número de visitas y también es menor el número de días.

El número total de estancias es de 748.923 que por un gasto por persona de 82,5€ diarios según la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía hace un total de 61.786.114 EUR. La mayor parte imputable a los estudios de grado (81,2%) el resto de máster (11,7%) y doctorado (7,1%).

El resultado es que las estancias totales han descendido un 6,4% respecto al estudio anterior y el volumen total de la actividad ha descendido un 1,18%. Considerando la inflación entre el año 2018 y 2023, el descenso estimado es del 17,9% del importe de la actividad en € respecto al año 2018.

Campus de Ceuta

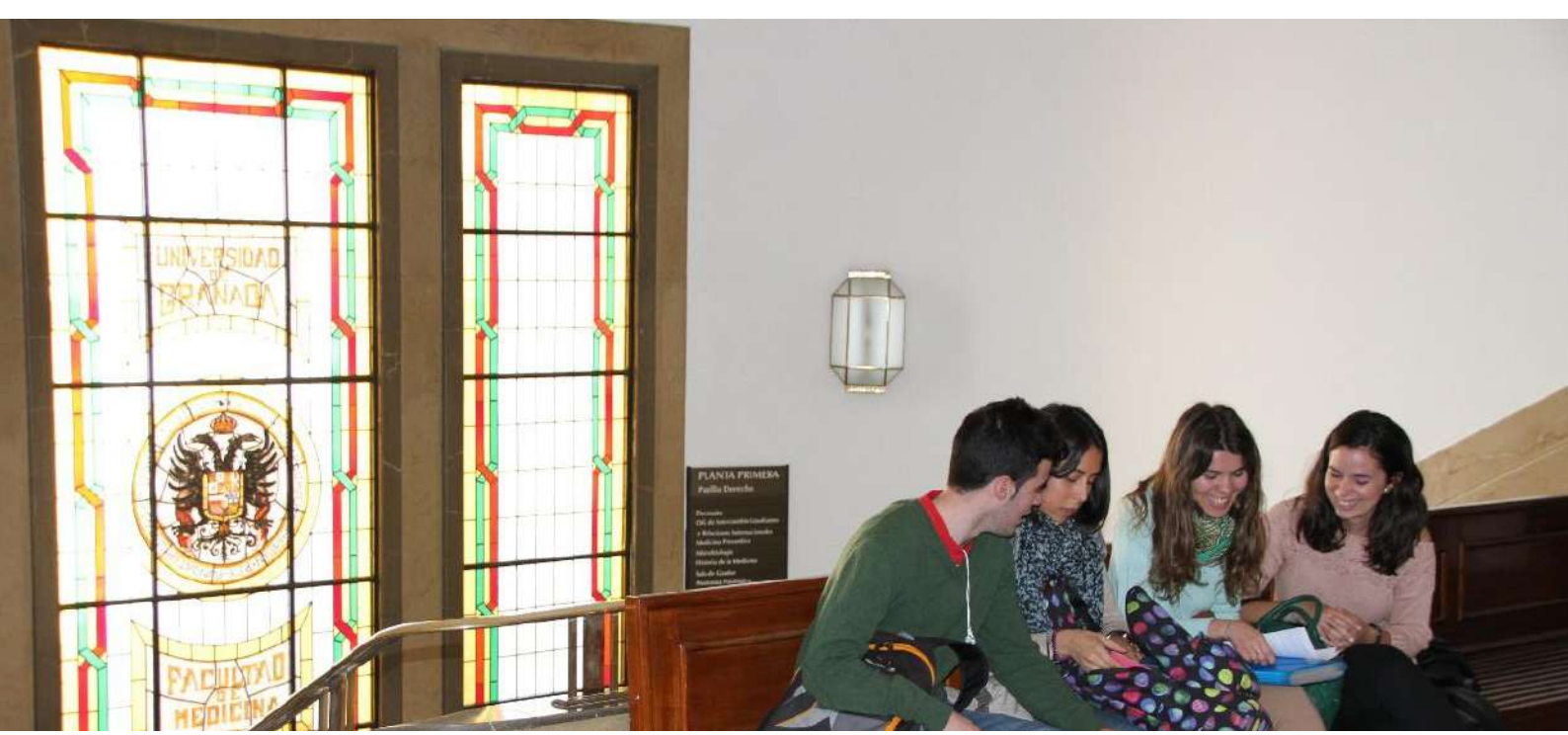
En cuanto al campus de Ceuta, por el reducido número de respuesta en los estudiantes de posgrado, se estiman los valores de los indicadores con todos los estudiantes que han respondido sin diferenciar entre grado y postgrado. De esta manera el porcentaje del alumnado que recibió visitas es algo mayor (39,5%), con un promedio de visitas durante el curso de 2,89, menor que en el campus de Granada, con un número promedio de personas de 2,49 (también menor que el caso de los estudiantes del campus de Granada) y con una estancia promedio de 3,8 días, algo mayor que la existente para los estudiantes de grado en el campus de Granada.

De acuerdo con esos valores el número de estancias generadas es de 17.131, que representan un 2,2% de las generadas en los tres campus y que con los mismos criterios establecidos para el campus de Granada supone un total de 1.413.302 €. Algo más del 90% es debido a los estudiantes de grado y resto a los del posgrado

Campus de Melilla

Finalmente, para el campus de Melilla, también por el reducido número de respuesta en los estudiantes de posgrado, se estiman los valores de los indicadores con todos los estudiantes que han respondido sin diferenciar entre grado y postgrado. En este caso el porcentaje del alumnado que recibió visitas es del 38,1%, inferior al caso de Ceuta, con un promedio de visitas durante el curso de 2,51, el menor de los tres campus, pero con el mayor número de personas por término medio de los tres campus, 2,91, y también con la mayor estancia promedio, 4,89 días. Este patrón de comportamiento es acorde con la situación geográfica de Melilla. La distancia hace que el número de visitas sea menor, pero que vengán más personas y dure más la estancia.

El resultado es que en el campus de Melilla el número de estancias generadas es de 26.414, que representan un 3,3% de las generadas en los tres campus y que, con los mismos criterios aplicados en los otros campus, representa un total de 2.179.114 €, siendo el 90% es debido a los estudiantes de grado y el resto a los del posgrado.



3.4. Gastos de congresos y eventos

Para cumplir con sus misiones, la actividad universitaria abarca una serie de acciones que fomentan y facilitan el encuentro entre el profesorado, el personal de administración y servicios, y el estudiantado, con fines docentes, de investigación o de transferencia de conocimiento. Estas actividades, que pueden durar desde un día hasta varios, adoptan diversas modalidades, tales como conferencias, mesas redondas, jornadas, conciertos, talleres, workshops, seminarios, encuentros, congresos, certámenes, cursos de verano y exposiciones, entre otras. Además, deben considerarse las visitas relacionadas con tribunales, comisiones y actos similares, los cuales, aunque sean financiados por la universidad, implican costes adicionales por compras y estancias.

Algunas actividades de gran relevancia, como los congresos, son registradas en las estadísticas del Palacio de Congresos y en la propia universidad, mientras que otras de menor escala pueden no quedar debidamente registradas. Es importante también diferenciar entre los asistentes locales y los externos. Mientras que los asistentes locales solo generan ingresos a través de las cuotas de inscripción, los externos, además de esta cuota, provocan compras y estancias en hoteles.

En todos los casos, los eventos generan visitas que se traducen en estancias y, por ende, ingresos para la ciudad y sus alrededores. La medición de este impacto no es sencilla y depende, en gran medida, de la calidad de los datos disponibles. Actualmente, no existe un registro centralizado que recoja todos los eventos, que incluya con precisión a los visitantes externos, su duración de estancia y los gastos derivados.

El proceso para estimar el impacto de los visitantes ha seguido los siguientes pasos:

1. Se contactó con las entidades encargadas de gestionar esta información, que fueron las siguientes:
 - Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada
 - Oficina Web del Centro de Producción de Recursos para la Universidad Digital de la Universidad de Granada
 - Departamento de Congresos de El Corte Inglés
 - Formación y Gestión S.L., vinculada a la Universidad de Granada.

A estas entidades se les solicitó información sobre el nombre del congreso, el número total de asistentes, el número de asistentes externos a Granada, la cuota de inscripción, la duración y las fechas del evento.
2. Con el objetivo de mejorar la exhaustividad y obtener el máximo número de eventos registrados, se solicitó a la Oficina de Gestión de la Información de la Universidad de Granada un listado de noticias relacionadas con congresos y jornadas, desde octubre de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2023 (muchos de estos eventos suelen ser publicados previamente en Noticias UGR).
3. Una vez obtenida la lista completa de eventos, se contactó directamente con los responsables de la organización de cada evento para completar la información solicitada, haciendo varios seguimientos.

De este modo, se logró obtener información sobre los eventos en los que se ha participado, aunque es probable que algunos no estén registrados, por lo que deben considerarse ciertos eventos como no contabilizados.

Otro gasto relevante para considerar es el generado por los actos de graduación organizados por los propios estudiantes, que provocan un aumento significativo de la ocupación en el Palacio de Congresos, así como en restaurantes y hoteles, especialmente durante los fines de semana de final de curso. Para medir el impacto económico de estas graduaciones, se solicitó información al Palacio de Congresos sobre el número de graduaciones celebradas y los gastos que asume cada estudiante.

Además, se llevó a cabo un estudio exploratorio mediante muestreo de conveniencia con 15 estudiantes del Campus de Granada y de las dos ciudades autónomas, en el que se les solicitó información sobre: gastos de fotógrafos, tarifas de la facultad o del Palacio de Congresos, gastos de la orla, número de compañeros que asistían a la graduación, gastos de vestimenta, número de acompañantes y su lugar de procedencia, en caso de ser de fuera, lugar de alojamiento, así como los gastos en cenas y celebraciones, como discotecas o fiestas privadas.

Con toda esta información, se realizó una estimación del gasto por estudiante y del número de asistentes a las graduaciones. En el caso de Ceuta y Melilla, se obtuvo información exacta sobre el número de asistentes a las graduaciones a través de las memorias académicas y noticias publicadas en medios de comunicación. Para la ciudad de Granada, y con los datos de egresados proporcionados por la Oficina del Dato de la UGR, se estimó de manera conservadora que el 70% de los egresados de 2023 participaron en las graduaciones.

Campus de Granada

En el caso de Campus de Granada, se identificaron 60 eventos con una inscripción media de 106,5 euros, una estancia media de 3,2 días, una asistencia media de 147,5 personas de las que un 54,4% procedían de fuera de Granada. Para los residentes, solamente se computó como gasto la cuota de inscripción, mientras que para el resto de asistentes se estimó un gasto de 378,9 euros adicionales diarios correspondientes a alojamiento, viaje y otros gastos. Esta cifra se obtiene a partir del gasto medio estimado en el Avance del informe sobre la evolución de la industria MICE y el Proyecto de Experiencias Turismo de España de Spain Convention Bureau (enero 2025).

Por otra parte, el gasto generado por el Centro Mediterráneo de la UGR considerando solamente quienes no están matriculados en la UGR y vienen de fuera, aplicando el mismo criterio de gasto diario que al de los congresos se estima en 786.566 € de acuerdo con los datos de asistencia del propio Centro.

Esto arroja un gasto de casi 700 mil euros debido a residentes y de 6,65 millones de euros por el resto de los asistentes. A esto hay que añadir el gasto derivado del Centro Mediterráneo. Respecto al impacto de las graduaciones en Granada se estima en un importe de 2.334.850 € considerando que aproximadamente el 70% de los/as egresados/as de grado participan con un gasto medio de acuerdo con un sondeo de conveniencia realizado entre varias titulaciones. En total, 10.472.832 euros de gasto estimado por la actividad congresual vinculada a la UGR.

En comparación con los datos del estudio de impacto de la UGR para el año 2018, con un gasto de 10.143.504 €, no ha habido crecimiento prácticamente, eso sin tener en cuenta la inflación. Esto está motivado básicamente por un menor número de asistentes presenciales y una menor cuota, aunque se ha aumentado el número de eventos y la estancia media de aquellos que venían presencialmente a congresos. Una posible explicación es el efecto de la pandemia del Covid pues ha habido un auge de congresos híbrido o exclusivamente online que, normalmente, tienen una menor cuota y no dejan gastos de visitantes en Granada. Otra explicación, es la disminución del número de personas de fuera de Granada.



Campus de Ceuta

En el caso de Campus de Ceuta, se identificaron 3 eventos con una inscripción media de 50 euros, una estancia media de 3 días, una asistencia media de 70 personas de las que un 50% procedían de fuera de Ceuta. Para los residentes, solamente se computó como gasto la cuota de inscripción, mientras que para el resto de asistentes se estimó el mismo gasto medio de 378,9 euros adicionales diarios correspondientes a alojamiento, viaje y otros gastos.

Esto arroja un gasto de 6.600 euros debido a residentes y de 92.653 euros por el resto de asistentes. Respecto al impacto de las graduaciones en Ceuta, basado en un sondeo por conveniencia mencionado anteriormente, se estima en 84.700 €. En total, **183.863** euros de gasto estimado por la actividad congresual vinculada a la UGR en el campus de Ceuta.

Campus de Melilla

Por último, en el caso de Campus de Melilla, se identificaron 4 eventos con una inscripción media de 50 euros, una estancia media de 3,3 días, una asistencia media de 122,7 personas de las que un 31% procedían de fuera de Melilla. Para los residentes, solamente se computó como gasto la cuota de inscripción, mientras que para el resto de asistentes se estimó el mismo gasto medio de 378,9 euros adicionales diarios correspondientes a alojamiento, viaje y otros gastos.

Esto arroja un gasto de 17.800 euros debido a residentes y de 6.733 euros por el resto de asistentes. Respecto al impacto de las graduaciones en Melilla, se estima en 108.410 €. En total, **132.943** euros de gasto estimado por la actividad congresual vinculada a la UGR en el campus de Ceuta.

En el gráfico 3.9 aparece un resumen de los datos más relevantes del gasto de congresos y eventos por campus.

Gráfico 3.9. Resumen de datos de congresos y eventos

	GRANADA	CEUTA	MELILLA
			
Nº eventos	60	3	4
Inscripción media	106,5 €	50 €	50 €
Estancia media (días)	3,2	3	3,3
Asistencia media (personas)	147,5	70	122,7
% fuera de Granada	54,4 %	50 %	31 %
Impacto graduaciones	2.334.850 €	84.700 €	108.410 €
Gasto residentes	698.927	6.600	17.800
Gasto resto asistentes	7,44 M€	92.653 €	6.733 €
Total actividad congresual	10.472.832 €	183.863 €	132.943 €



BIBLIOTECA
CIVICA
SEZIONE
MANUSCRITTI



4

Estimación del impacto directo, indirecto e inducido debido a la existencia de la UGR

Análisis por sectores económicos y agentes. Distinguiendo entre provincia de Granada y ciudades de Ceuta y Melilla

4.1. Introducción

El gráfico 4.1 resume el proceso seguido para estimar el impacto económico de la UGR de acuerdo con lo establecido en la metodología ya comentada. Es el mismo proceso que el aplicado en el anterior estudio de generación de valor de la UGR. En primer lugar, una vez determinada la demanda final por parte de los agentes de gasto, como se ha comentado detalladamente en apartados anteriores, se procede a la asignación o reparto de los gastos por ramas y sectores económicos. A continuación, se depuran los gastos descontando los márgenes correspondientes a impuestos, comercio y transporte, así como las importaciones, dado que una parte de esos gastos corresponde a adquisiciones realizadas fuera de Andalucía y que no generan impacto económico ni en Granada ni en Andalucía. Este mismo procedimiento se aplica, como aproximación, a las ciudades de Ceuta y Melilla.

Posteriormente, se estiman los efectos económicos a partir del Marco Input-Output de Andalucía, calculando los multiplicadores tipo I y tipo II para la producción, la renta y el empleo. De este modo, se obtiene el efecto directo y el efecto total y, por diferencia, se determinan los efectos indirectos e inducidos. Estos impactos de la actividad asociada a la UGR más la propia actividad de la UGR proporcionan la medida de los impactos totales.

Conseguida esta estimación, se realiza el análisis de la importancia por agente, por ramas, y por tipo de impacto, distinguiendo entre los impactos sobre la producción, la renta y el empleo. Por otro lado, esos impactos se compararán con otros estudios. Para tener un elemento de referencia más preciso, se pone en relación con lo que representan sobre otras magnitudes de la región, la provincia o ciudades autónomas, como el PIB o el número de empleados. Todo ello se hará diferenciando entre los tres campus de la Universidad.



Gráfico 4.1. Proceso para la estimación del impacto económico de la UGR



4.2.Determinación de la demanda total, asignación por ramas y sectores económicos

Campus universitario de Granada

La suma de los gastos de todos los agentes asciende a un total de 875.776.631 € (véase tabla 4.1). Como se ha visto anteriormente, esta cifra se ha estimado a partir de los datos del presupuesto de la UGR para el campus de Granada, de los estados contables de la empresa Formación y Gestión SL., de la encuesta de gasto realizada al estudiantado, así como de los registros disponibles sobre congresos organizados por la UGR identificados en la ciudad y provincia de Granada.

La mayor parte del gasto corresponde a la UGR, con 532,5 millones de € (60,8%). Le sigue el estudiantado con 271 millones € (30,9%), los visitantes con 61,8 millones € (7,1%) y la actividad congresual con algo más de 10,5 millones € (1,2%). Respecto al estudio de 2018, la UGR es el único agente que gana peso, con un aumento de 3 puntos porcentuales, tanto en valor absoluto como relativo. El gasto del estudiantado también crece en términos absolutos, pero pierde 0,7 puntos porcentuales en su participación total. El gasto de visitantes disminuye tanto en valor como en peso (-2 puntos), mientras que el de congresos aumenta ligeramente en valor, aunque pierde 0,3 puntos porcentuales sobre el total.

En la tabla 4.1 se expresa la distribución del gasto por agente entre los sectores de actividad, más la categoría de “Economías domésticas”, tal y como se ha comentado en el capítulo de metodología. Para el reparto del gasto de cada agente entre las diferentes ramas, se han seguido los criterios propuestos por el Ivie (Pastor et al., 2018, 2019), considerando la importancia de cada rama, y tratando de realizar una asignación coherente dentro de las limitaciones de la información disponible. Un mayor nivel de detalle sobre el reparto o imputación de los gastos a las distintas ramas puede examinarse en el anexo 1.

Lógicamente, la demanda de la UGR en el campus de Granada afecta más a unas ramas que a otras. La rama de “Economías domésticas”, básicamente los sueldos y salarios, representa por sí sola un 68% de la demanda del grupo UGR. La demanda de la Universidad en el campus de Granada se concentra principalmente en el sector servicios con 106 millones de € que es el 63% del total, excluyendo economías domésticas, seguida del sector industrial con 38,6 millones de € que supone el 22,9%; construcción con 12,7 millones de € o el 7,5%; y, finalmente, energía con algo más de 11 millones de € o el 6,6%.

La demanda debida al estudiantado se concentra mayoritariamente en el sector servicios, que absorbe más de tres cuartas partes del total (77,3%) con 209,6 millones de €. Le siguen el sector industrial, con un 12,7% (34,3 millones de €), el sector primario, con 17,8 millones de euros (6,6 %), y el sector energético, con 9,3 millones de euros (3,4 %). En el caso de los visitantes, la concentración en el sector servicios es aún mayor, alcanzando el 89,1 %, seguido del sector primario (5,5 %) y, con un peso cercano al 3 % cada uno, los sectores industrial y energético. Finalmente, el gasto relativo a congresos también se concentra en el sector servicios en un 88% del total, seguido del sector industrial en un 11,5%, y con muy pequeño peso en el resto.

En conjunto, el sector servicios es el principal destino de la actividad generada (43,41%), seguido por economías domésticas (41,54%), sumando ambos el 85% del total. Le siguen industria (8,66%), energía y suministros (2,51%), agricultura, ganadería y pesca (2,43%) y construcción (1,45%).

En comparación con el estudio anterior, la actividad de los agentes vinculados a la UGR en el campus de Granada ha crecido un 27,7% en euros corrientes. El mayor aumento corresponde a la propia Universidad, con un crecimiento superior al 34%, siendo el único agente que gana peso relativo en el total. La actividad del estudiantado crece un 24,9%, por debajo del aumento global, mientras que el resto de agentes se mantiene casi estable (visitantes) o crece muy poco (congresos y eventos), lo que implica una pérdida de peso relativo en el gasto total.

Gráfico 4.2. Gasto final de la actividad de la UGR por agente, campus de Granada (en %)

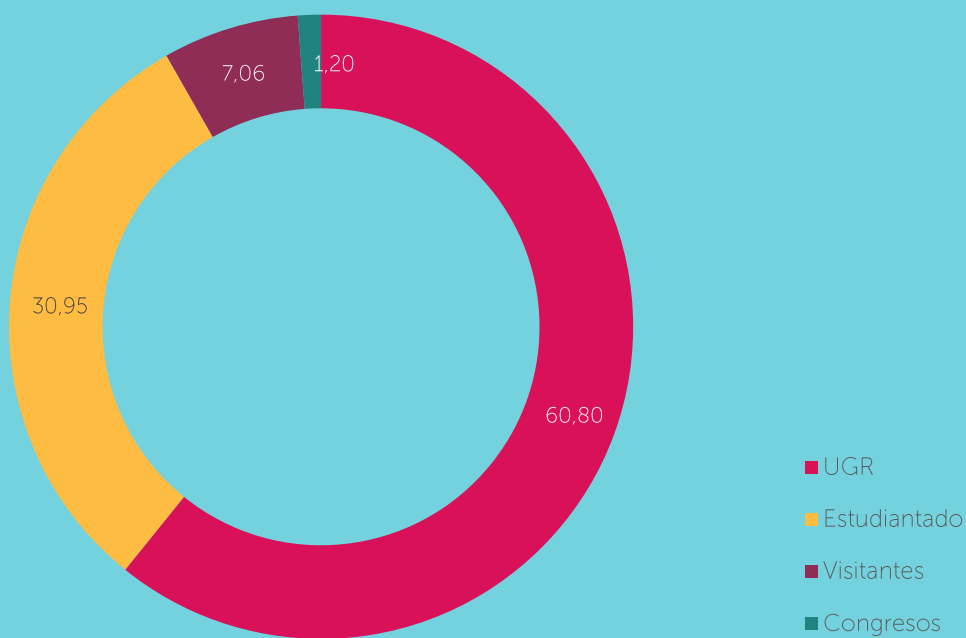


Tabla 4.1. Gasto por sectores de actividad vinculada a la UGR según agente, campus de Granada (en euros)

Sector de actividad	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total	Reparto %
Agricultura, ganadería, caza y pesca	-	17.810.848	3.418.819	42.939	21.272.606	2,43
Energía y suministros	11.076.308	9.316.323	1.601.650	21.469	22.015.750	2,51
Construcción	12.686.067	-	-	2.147	12.688.214	1,45
Industria	38.614.988	34.289.413	1.709.410	1.202.281	75.816.091	8,66
Servicios	106.268.249	209.630.473	55.056.235	9.203.996	380.158.953	43,41
Economías domésticas	363.822.017	-	-	-	363.822.017	41,54
Total	532.467.629	271.047.057	61.786.113	10.472.832	875.773.631	100,00
% por agente	60,80	30,95	7,06	1,20	100,00	

Campus universitario de Ceuta

Para el caso del campus de Ceuta, la suma del gasto de todos los agentes vinculados asciende a un total de 21.074.371 euros (véase tabla 4.2). Esta cifra se obtiene a partir de los datos del presupuesto de la UGR para el campus de Ceuta, de la encuesta de gasto realizada al estudiantado, y de los registros disponibles sobre congresos organizados por la UGR que han podido ser identificados en la ciudad de Ceuta.

La mayor parte del gasto se deben a la ejecución presupuestaria de la UGR en dicho campus por un importe de 10,3 millones de €, lo que representa el 49,09%. Le sigue el gasto del estudiantado con 9,1 millones de € (43,33%). El tercer agente por importancia son los visitantes con 1,4 millones de euros (6,71%) y, finalmente, el gasto asociado a la actividad congresual que alcanza los 183.863 €, lo que supone el 0,87% del total (véase gráfico 4.3).

En la tabla 4.2 se expresa la distribución del gasto por agente entre los sectores de actividad, de acuerdo con lo anteriormente comentado para el campus de Granada. Un mayor nivel de detalle sobre el reparto o imputación de los gastos a las distintas ramas puede examinarse en el anexo 1.

Lógicamente, también la demanda de la UGR en el campus de Ceuta afecta más a unas ramas que a otras. Nuevamente, la rama de “Economías domésticas”, básicamente los sueldos y salarios, por sí sola representa un 67,6% de la demanda del grupo UGR en Ceuta. La demanda de la universidad en el campus de Ceuta se concentra principalmente en el sector servicios con 1,9 millones de € que es el 56,3% del total, sin incluir economías domésticas; seguida en este ejercicio por el sector de la construcción con 1,1 millones de € que representa una tercera parte del total en este ejercicio; y el sector industria con 0,37 millones de € que representa el 3,6% del total sin economías domésticas.

La demanda debida al estudiantado se concentra principalmente en el sector servicios con 7,06 millones de € (77,34% del total), seguido del sector industrial con 1,15 millones de € (12,65%), el sector primario con 0,6 millones de € (6,57%) y la energía con 0,31 millones de € (3,43%). También la demanda de los visitantes se concentra en el sector servicios con 1,26 millones de € (89,1%), mientras el resto de sectores no llega a 0,1 millones de €. Por último, el gasto relativo a congresos nuevamente se concentra en el sector servicios en un 88% (0,16 millones de €).

Considerando el gasto total de todos los agentes, la mayor parte de la actividad generada tiene como principal destino el sector “Servicios”, que representa un 49,21% de la demanda final, y que junto a “Economías domésticas” (33,2%) suponen el 82,4%. Le sigue en importancia el sector “Industria” que representa el 7,25%, seguido del sector “Agricultura, ganadería y pesca” con un 2,4%, y del sector de “Industrias extractivas, energía y suministros” que representa un 1,9%. Cabe señalar también el peso del sector ‘Construcción’, que alcanza un 5,2 %.

Como ocurre en el campus de Granada, por su importancia respecto del resto de agentes en Ceuta destaca la actividad propia de la UGR, seguida de cerca la relacionada con el gasto de los estudiantes que supera el 43% del total. La importancia relativa sobre el total que tiene el gasto de los visitantes está al nivel del campus de Granada, pero la actividad congresual tiene un peso menor que en Granada.

Teniendo en cuenta las cifras de gasto para el total de la UGR en los tres campus, la actividad de la UGR en el campus de Ceuta supone aproximadamente un 2,28% del total, siendo el peso del gasto del estudiantado más que proporcional al alcanzar un 3,14%. Por otro lado, el gasto de visitantes representa un poco menos que el porcentaje general, situándose en el 2,16%. La actividad propia de la UGR supone un 1,86% del total de los tres campus. Finalmente, la actividad congresual es la que menos peso tienen en relación con los tres campus al quedar en un 1,7% del total.

Gráfico 4.3. Gasto final de la actividad de la UGR por agente, campus de Ceuta (en %)

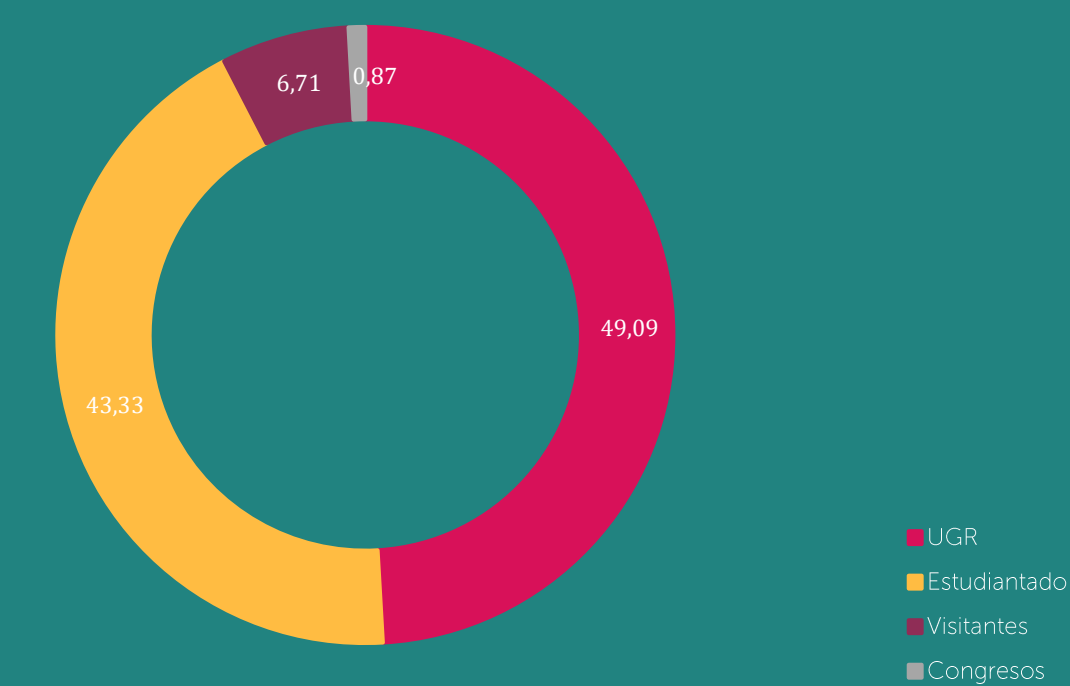


Tabla 4.2. Gasto por sectores de actividad vinculada a la UGR según agente, campus de Ceuta (en euros)

Sector de actividad	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total	Reparto %
Agricultura, ganadería, caza y pesca	-	600.016	78.202	754	678.973	3,22
Energía y suministros	-	313.851	36.636	377	350.864	1,66
Construcción	1.094.456	-	-	38	1.094.493	5,19
Industria	368.453	1.155.150	39.101	21.107	1.583.812	7,52
Servicios	1.887.757	7.062.085	1.259.362	161.587	10.370.791	49,21
Economías domésticas	6.995.439	-	-	-	6.995.439	33,19
Total	10.346.104	9.131.102	1.413.302	183.863	21.074.372	100
% por agente	49,09	43,33	6,71	0,87	100,00	

Campus universitario de Melilla

En el campus de Melilla el gasto de todos los agentes asciende a un total de 27.371.270 € (véase tabla 4.3). Como en el caso de los campus de Granada y de Ceuta, esta cifra se obtiene a partir de los datos del presupuesto de la UGR para el campus de Melilla, de la encuesta de gasto realizada a los estudiantes, y de los registros sobre congresos de la UGR que se han conseguido identificar en Melilla.

La mayor parte de esos gastos corresponde a la actividad propia de la UGR en el campus por un importe de 14 millones de €, lo que supone algo más de la mitad del total (51,14%). Le sigue en importancia el gasto de estudiantes con 11 millones de €, que equivale a un 40,40% del total, y el gasto generado por la actividad de los visitantes con 2,2 millones de euros (aproximadamente un 8%). Finalmente, el gasto por actividad congresual con unos 133 mil € (0,5% del total) (véase gráfico 4.4).

En la tabla 4.3 se expresa la distribución del gasto por agente entre los sectores de actividad, más las “Economías domésticas”. Para el reparto del gasto de cada agente entre las diferentes ramas, se han seguido los criterios propuestos por el Ivie (Pastor et al. 2018, 2019), considerando la importancia de cada rama, y tratando de realizar una asignación coherente dentro de las limitaciones de la información disponible. Un mayor nivel de detalle sobre el reparto o imputación de los gastos a las distintas ramas puede examinarse en el anexo 1.

Como en los otros campus, la rama de “Economías domésticas”, básicamente los sueldos y salarios, por sí sola representa un 74,60% de la demanda del grupo UGR; el mayor porcentaje de los tres campus analizados. La demanda de la universidad en el campus de Melilla se concentra principalmente en el sector servicios con 2,75 millones de € que es el 77,3% del total, excluyendo economías domésticas; seguida por el sector de la construcción con 0,6 millones de € que representa un 16,7% del total; tienen menos peso el sector industrial (6%).

La demanda debida al estudiantado se concentra en el sector servicios con 8,55 millones de € (77,34%), seguido del sector industrial con 1,4 millones de € (12,65%); el sector primario con 0,73 millones de € (6,57%), y la energía con 0,38 millones de € (3,44%). Del mismo modo, la demanda de los visitantes se concentra en el sector servicios con 1,94 millones de € (89,10%), teniendo el resto de sectores una importancia mucho menor). Por último, el gasto relativo a congresos también se concentra en el sector servicios con 116,8 mil €, (87,88%)

Agrupando el gasto de todos los agentes, la mayor parte de la actividad generada tiene como principal destino el sector “Servicios” con el 48,81% de la demanda final, y que junto a “Economías domésticas” (38,16%) suponen cerca del 87%. Le sigue en importancia el sector “Industria” que representa el 6,17%, el sector “Agricultura, ganadería y pesca” con un 3,10%, y el sector de “Industrias extractivas, energía y suministros” con el 1,60%. Finalmente, el sector de la construcción representa en este campus del 2,17% del total del gasto.

Como sucede en los otros campus, en el Campus de Melilla destaca por su importancia respecto del resto de agentes la actividad propia de la UGR, seguida de cerca la relacionada con el gasto de los estudiantes que supera el 40,41% del total. La importancia relativa sobre el total que tiene el gasto de los visitantes está al nivel del campus de Granada, pero la actividad congresual tiene un peso menor que en Granada.

Teniendo en cuenta las cifras de gasto para el total de la UGR en los tres campus, la actividad de la UGR en el campus de Melilla supone aproximadamente un 2,96% del total. Como en el campus de Ceuta, el peso del gasto del estudiantado es más que proporcional al alcanzar un 3,80, y en este caso también lo es el gasto de visitantes con un 3,33%. Por el contrario, el porcentaje de la actividad propia de la UGR es inferior al porcentaje general con un 2,51%, y mucho menor aún es el porcentaje relativo a la actividad congresual con un 1,23%.

Gráfico 4.4. Gasto final de la actividad de la UGR por agente, campus de Melilla (en %)

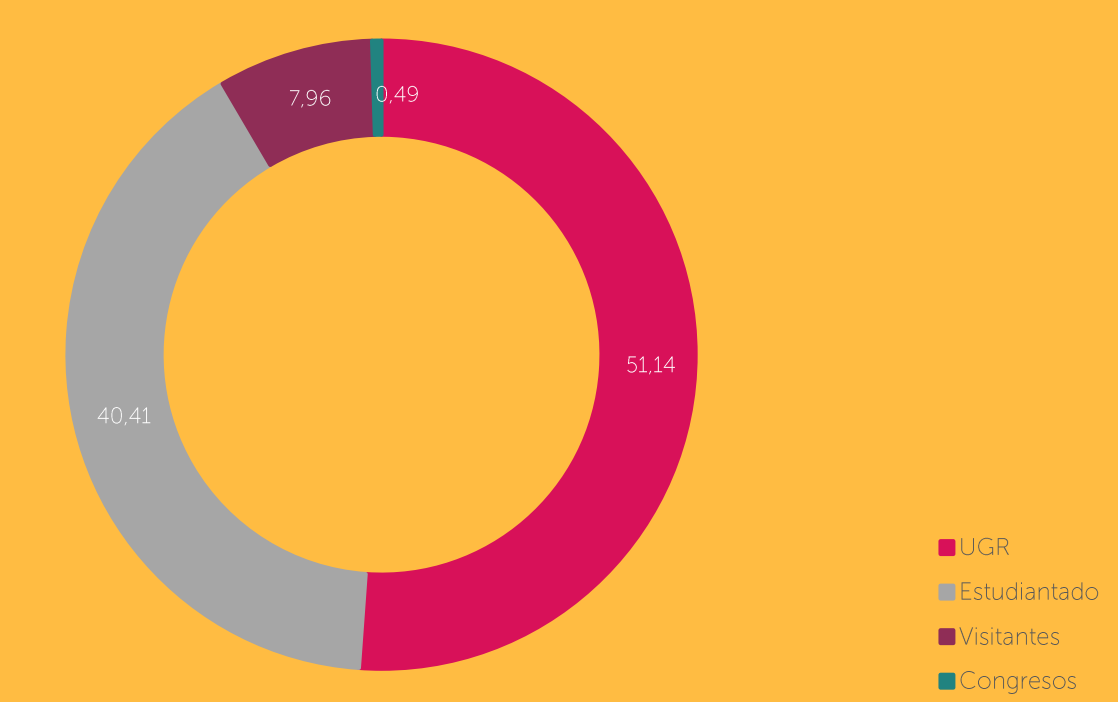


Tabla 4.3. Gasto por sectores de actividad vinculada a la UGR según agente, campus de Melilla (en euros)

Sector de actividad	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total	Reparto %
Agricultura, ganadería, caza y pesca	-	726.785	120.577	545	847.907	3,10
Energía y suministros	-	380.159	56.488	273	436.920	1,60
Construcción	593.994	-	-	27	594.021	2,17
Industria	213.163	1.399.204	60.289	15.262	1.687.918	6,17
Servicios	2.747.381	8.554.123	1.941.760	116.837	13.360.101	48,81
Economías domésticas	10.444.403	-	-	-	10.444.403	38,16
Total	13.998.942	11.060.271	2.179.114	132.943	27.371.270	100
% por agente	51,14	40,41	7,96	0,49	100,00	



Comparación del gasto en los campus de Granada, Ceuta y Melilla

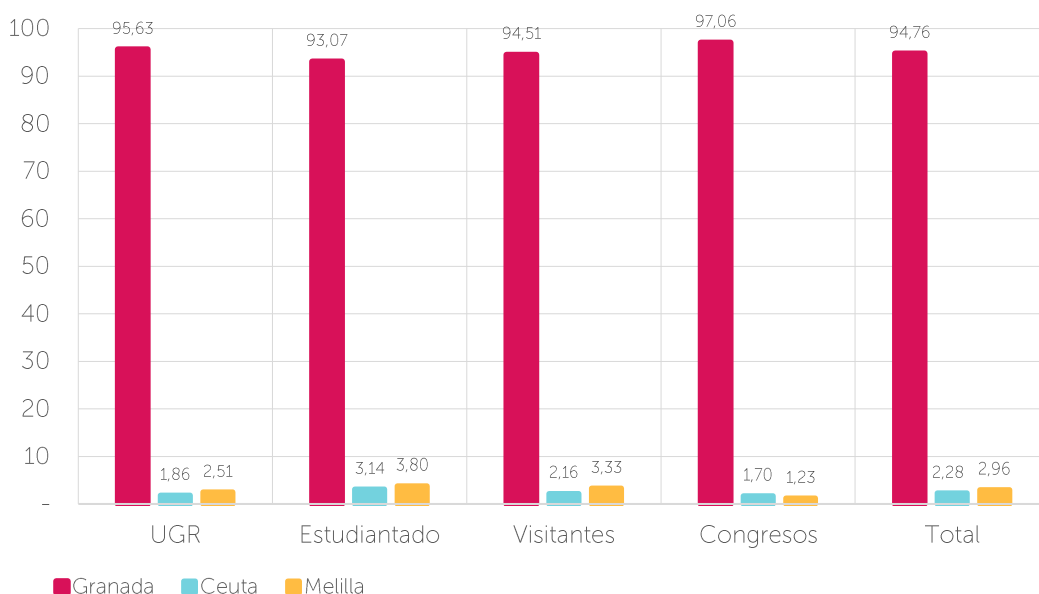
En resumen, la demanda total para los tres campus se estima en 924,2 millones de €. La mayor parte corresponde a la actividad propia de la UGR, que representa el 60,2% del total. A continuación, destaca el gasto del estudiantado que asciende al 31,5%. En cambio, el gasto asociado a visitantes y a congresos tiene un peso mucho menor del 7,1% y 1,2%, respectivamente.

La mayor parte del gasto lo concentra el campus de Granada, especialmente asociado a la actividad de congresos (97,1% del total) y a la actividad propia de la UGR (95,6% del total), ligeramente inferior es el porcentaje de gasto que representa el campus de Granada respecto al total en visitantes (94,5%) y estudiantado (93,1%) (gráfico 4.5).

En cuanto al campus de Ceuta, su peso sobre el total varía según el tipo de actividad: representa el 1,9 % de la actividad propia de la UGR y el 1,7 % de la actividad congresual, mientras que alcanza el 2,2 % en el caso del gasto de los visitantes y el 3,1 % en el del estudiantado.

En el caso del campus de Melilla, el menor peso relativo se observa en la actividad congresual, que representa solo el 1,2 % del total. La actividad propia de la UGR alcanza un 2,5 %, mientras que el gasto de los visitantes y del estudiantado supera el 3 %, situándose en un 3,3 % y un 3,8 %, respectivamente.

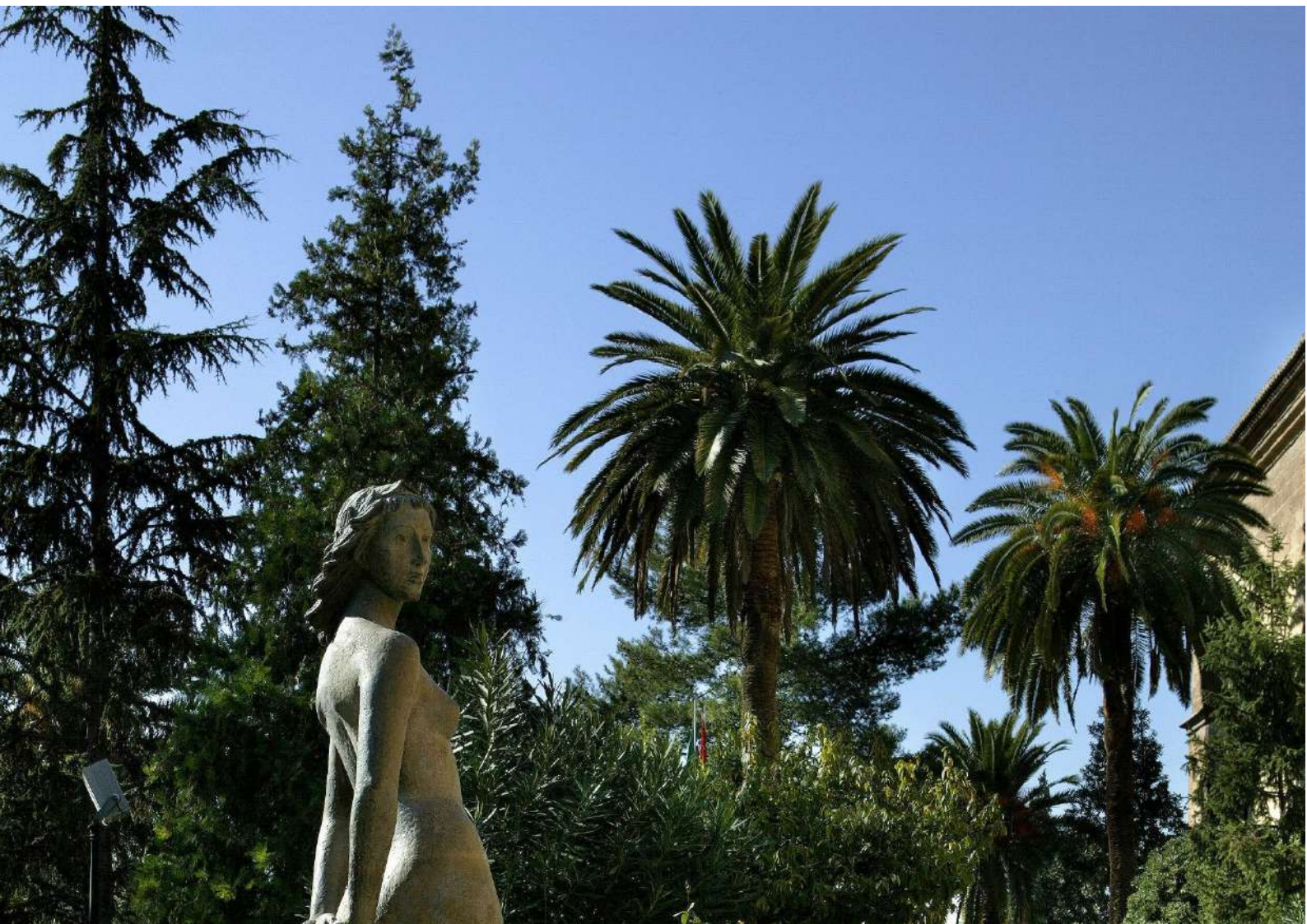
Gráfico 4.5.
Reparto del gasto
por agentes y
campus de la
Universidad de
Granada (%)



4.3. Estimación del impacto económico de la UGR por agentes y sectores

La actividad propia de la UGR y la de los agentes de gasto identificados (estudiantado, visitantes, congresos-eventos) tiene consecuencias sobre la producción (*output*), la renta y el empleo de las ciudades donde se desarrollan. Estas consecuencias se pueden agrupar en dos partes. Primera, las derivadas de la propia actividad de la UGR, lo que se estima a partir del presupuesto de la universidad (junto con las entidades de su grupo). Segunda, los efectos totales que tiene la actividad de la UGR junto con los demás agentes de gasto. En este caso, la estimación del impacto es más complicada, puesto que hay que calcular los efectos directos, indirectos e inducidos de los diferentes agentes de gasto.

En este sentido, siguiendo el procedimiento aplicado por Pastor et al. (2018, 2019), para convertir los vectores de gasto en vectores de demanda, se han aplicado los márgenes de impuestos netos sobre el total de la oferta a precios de adquisición, margen de comercio y de transporte sobre la oferta. Asimismo, se han aplicado los márgenes de importaciones, una vez descontados los anteriores, ya que parte de la demanda se satisface con productos procedentes de fuera de Andalucía (comunidad autónoma de referencia para los tres campus), del resto de España o del extranjero y, por tanto, no deben ser considerados como impacto económico en Andalucía. Este procedimiento ya fue expuesto en el capítulo dedicado a los aspectos metodológicos.



Campus universitario de Granada

Para el cumplimiento de sus misiones en el campus de Granada, la UGR desarrolla su actividad ejecutando su presupuesto y empleando a 8.734 personas, incluyendo la actividad y personal de Formación y Gestión de Granada S.L.M.P. (empresa pública de la Universidad de Granada). Del total de personal, 6.056 pertenecen Personal Docente e Investigador (PDI) y 2.678 al Personal Técnico, de Administración y Servicios (PTGAS), incluyendo al personal de la empresa mencionada. La actividad propia de la UGR representa una producción (*output*) para el grupo UGR de 532.467.629 €, correspondiendo 363.822.017 € a la renta generada.

Una vez aplicados los ajustes ya comentados (los márgenes relativos a impuestos, comercio, transporte y la parte de importaciones), la actividad propia queda en una cuantía de 500 millones de €. Operando de la misma forma con el gasto de los diferentes agentes, la cuantía para el estudiantado se reduce a 225,2 millones de €, 54,2 millones para el caso de visitantes, y 9 millones para la actividad congresual. El total resultante tras los ajustes es de 788,4 millones de euros, de los que el 63,4% corresponde a la propia UGR, el 28,6% al estudiantado, el 6,9% a los visitantes y el 1,1% a la actividad de los congresos (véase gráfico 4.6).

En cuanto al reparto por sectores, se mantiene el orden de importancia, aunque se observan algunos cambios (véase gráfico 4.7). El sector servicios incrementa su peso en algo más de un punto porcentual, alcanzando el 44,5% del total. El sector industrial pierde algo de relevancia hasta situarse en el 4,1%. El sector de la construcción experimenta un ligero aumento manteniéndose en torno al 1,5%. Las industrias extractivas, energía y suministros descienden un punto y se quedan en el 1,5%. Finalmente, el sector primario baja algo hasta situarse en el 2,1%. Destaca especialmente el crecimiento del sector de Economías domésticas, que aumenta en casi cinco puntos porcentuales, representando el 46,1% del gasto neto total.

Gráfico 4.6. Reparto del gasto neto correspondiente a la actividad de la UGR por agente en campus de Granada (%)

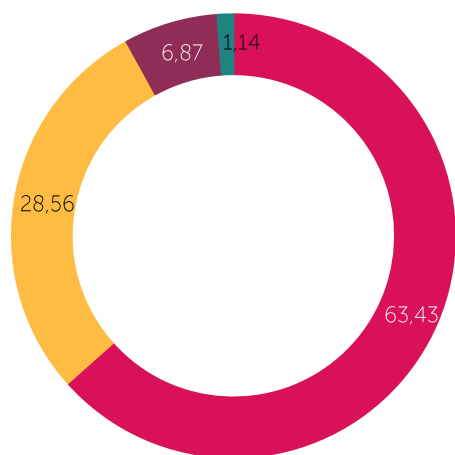
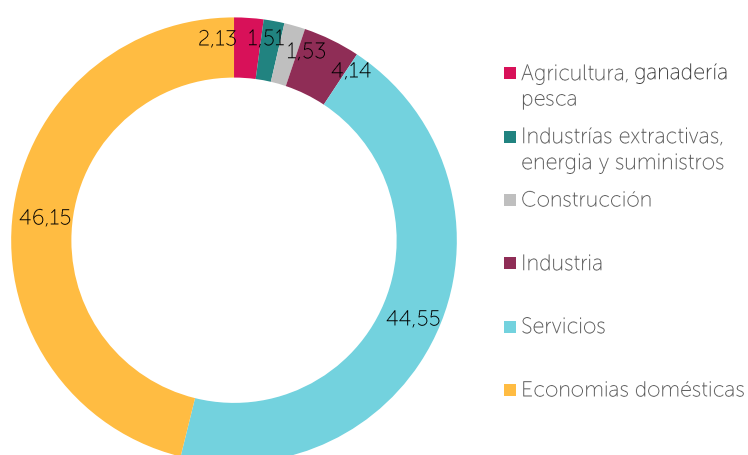


Gráfico 4.7. Reparto del gasto neto correspondiente a la actividad de la UGR por sectores económicos en el campus de Granada (%)



■ UGR ■ Estudiantado ■ Visitantes ■ Congresos

Campus universitario de Ceuta

En el caso del campus universitario de Ceuta, la UGR desarrolla su actividad ejecutando su presupuesto y empleando a 168 personas, 138 pertenecen al PDI y 30 al PTGAS. La actividad propia de la UGR representa una producción (*output*) en el campus de Ceuta de 21.074.371 €, correspondiendo 6.995.439 € a la renta generada.

Tras la aplicación de los ajustes correspondientes, la actividad propia queda en una cuantía de 9,94 millones de €. Operando de la misma forma con el gasto de los diferentes agentes, la cuantía para el estudiantado se reduce a 7,6 millones de €, a 1,24 millones para el caso de los visitantes, y a 0,16 millones de € para la actividad de congresos. El total que resulta es de 18,9 millones de €, de los que el 52,5% corresponde al agente UGR, el 40,1% al estudiantado, el 6,55% a la actividad de los visitantes, y el 0,84% a la de congresos (véase gráfico 4.8).

En cuanto al reparto por sectores, el sector servicios aumenta su peso en 0,6 puntos porcentuales respecto a la situación inicial, alcanzando el 49,8% del total. En contraste, el sector industrial registra una caída de casi 4 puntos porcentuales, situándose en el 3,8%. El sector de la construcción gana algo de importancia relativa hasta llegar al 5,5%. Por su parte, el sector de industrias extractivas, energía y suministros desciende medio punto porcentual, quedando en el 1%. Finalmente, el sector primario baja algo hasta situarse en el 2,85%. En particular, crece el peso del sector de economías domésticas en más de tres puntos porcentuales hasta alcanzar el 37% de los gastos netos totales (véase gráfico 4.9).

Gráfico 4.8. Reparto del gasto neto correspondiente a la actividad de la UGR por agente en campus de Ceuta (%)

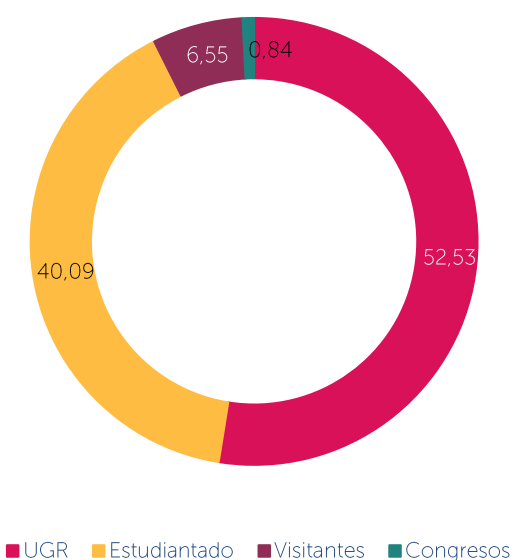
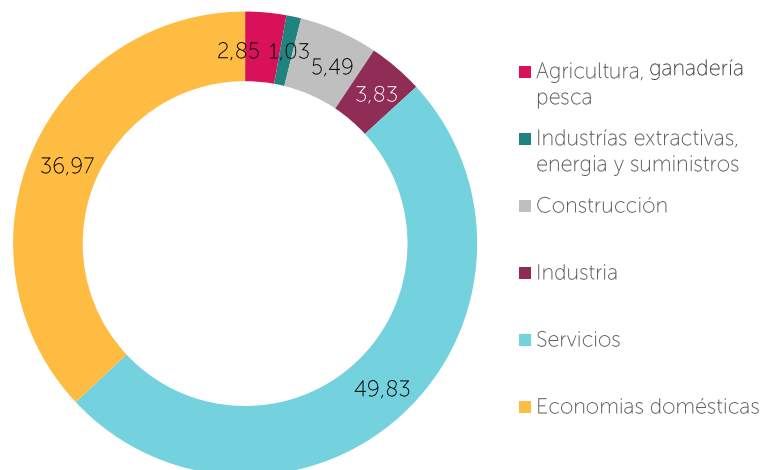


Gráfico 4.9. Reparto del gasto neto correspondiente a la actividad de la UGR por sectores económicos en el campus de Ceuta (%)



Campus universitario de Melilla

La Universidad de Granada lleva a cabo sus funciones en el campus de Melilla a través de la ejecución de su presupuesto y con una plantilla compuesta por 262 personas, de los cuales 219 forman parte del PDI y 43 del PTGAS. Esta actividad institucional genera en el campus de Melilla una producción (output) de 27.371.270 €, de los que 10.444.403 € se traducen en renta generada.

Tras los ajustes correspondientes, la actividad propia de la UGR queda en 13,6 millones de €, la cuantía correspondiente al estudiantado sería de 9,2 millones de €, la de la actividad de los visitantes de 1,9 millones de €, y 0,11 millones de € para los congresos. El total resultante tras los ajustes es de 24,8 millones de €, de los que el 54,8% corresponde al agente UGR, el 37% al alumnado, el 7,7% a visitantes, y el 0,46% a la actividad de los congresos (véase gráfico 4.10).

En cuanto al reparto por sectores, se producen los siguientes cambios (véase gráfico 4.11). El sector servicios desciende algo, aunque se mantiene próximo al 49%, del total. El sector industrial baja tres puntos porcentuales hasta situarse en el 3,2%. El sector de la construcción aumenta algo más de una décima su importancia relativa alcanzando un 2,3%. El sector de industrias extractivas, energía y suministros baja más de medio punto porcentual, quedando cerca del 1%. Finalmente, el sector primario baja algo hasta situarse en el 2,7%. Crece el peso del sector de economías domésticas que lo hace en unos cuatro puntos porcentuales hasta llegar al 42,1% de los gastos netos totales.

Gráfico 4.10. Reparto del gasto neto correspondiente a la actividad de la UGR por agente en campus de Melilla (%)

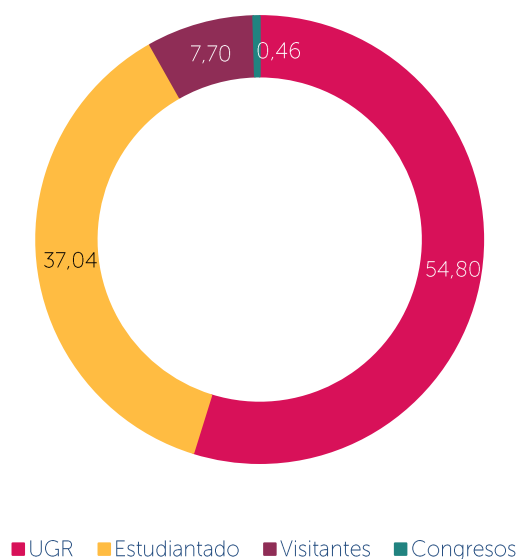
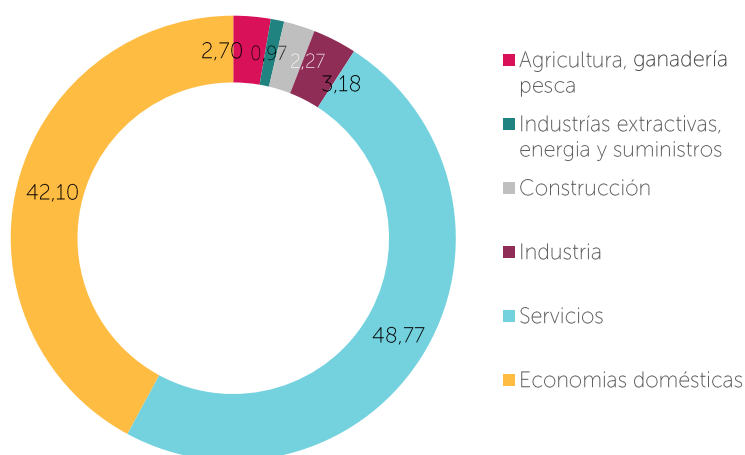


Gráfico 4.11. Reparto del gasto neto correspondiente a la actividad de la UGR por sectores económicos en el campus de Melilla (%)



4.4. Estimación del impacto económico de la UGR: cálculos de efectos directos, indirectos e inducidos de la actividad asociada a la UGR

A partir de las estimaciones presentadas en el apartado anterior, se procede al cálculo de los impactos directos, indirectos e inducidos. La actividad del grupo UGR, junto con la del resto de agentes, conlleva una serie de gastos que representan producción, renta y empleo para los diferentes sectores económicos que suministran los bienes y servicios demandados, tanto de forma directa como a través de efectos indirectos e inducidos. Para el caso del campus de Granada, el análisis se basa en el Marco Input-Output de Andalucía. Dado que Ceuta y Melilla no disponen de un marco específico propio, y a modo de aproximación (esta simplificación es una limitación por lo que la interpretación se debe hacer con cautela), se ha optado por utilizar el Marco Input-Output de Andalucía como la referencia más cercana y razonable al contexto económico de ambas ciudades autónomas.

Para estimar los efectos sobre la producción, la renta y el empleo de los cambios en la demanda final, es necesario estimar los multiplicadores tipo I y tipo II, según el proceso establecido en la metodología. En la edición anterior de este estudio ya se realizaron comparaciones con otros estudios similares realizados por el Ivie, en particular con el estudio de la Universidad de Córdoba, especialmente pertinente por compartir el Marco Input Output de Andalucía.

A continuación, se analiza para cada uno de los tres campus de la UGR las estimaciones realizadas.



Campus de universitario de Granada

La tabla 4.4 muestra los impactos económicos estimados en la producción, la renta y el empleo por la actividad asociada a la UGR en Andalucía para el campus de Granada y el año 2023.

El impacto en términos de producción (*output*) generado por todos los agentes vinculados a la actividad económica de la UGR en su entorno alcanzó en el año 2023 un total de 2.227,4 millones de €. Esta cifra representa el incremento de las ventas en Andalucía como consecuencia de la actividad asociada a la UGR, de los cuales 424,6 millones de € corresponden al efecto directo, y el resto a los efectos indirectos e inducidos. En su conjunto, este impacto equivale a 2,54 veces el importe total de la demanda (0,48% por el efecto directo y 2,06% por los efectos directos e indirectos).

El impacto en términos de renta de todos los agentes asciende a 988 millones de €, lo que representa el incremento de renta en Andalucía derivado de dicha actividad. De esta cifra, 213 millones de €. corresponden al efecto directo y 775 millones a los efectos indirectos e inducidos. Esto representa 1,13 veces el importe total de la demanda (0,24% por efecto directo y 0,89% por los indirectos e inducidos).

Por otro lado, el impacto sobre el empleo de todos los agentes es de 22.525 empleos, 7.008 por el efecto directo y 15.518 por los efectos indirectos e inducidos. Esta cifra supone un empleo por cada 98.883 € de gasto.

A continuación, se van a examinar el impacto según los diferentes agentes (ver tabla 4.4).

Actividad asociada a la UGR

En el caso de la actividad asociada a la UGR dicho impacto en las ventas de los distintos sectores (*output*) alcanza los 1.461 millones de €, de los cuales 136 millones son impacto directo como consecuencia de la ejecución del presupuesto UGR, descontando los sueldos y salarios del personal y las importaciones de fuera de Andalucía, de acuerdo con la propensión a importar obtenida con las Tablas Input-Output. El resto, 1.324,7 millones de €, corresponden a los efectos indirectos e inducidos que se derivan. El impacto en la producción (*output*) por la actividad asociada al grupo UGR es de un 65,6% del total.

El impacto sobre la renta como consecuencia de la actividad de la UGR asciende a 775 millones de €, de los que 136,4 millones son por efecto directo y 639 millones por efectos indirectos e inducidos derivados. En total el grupo UGR representa un porcentaje respecto al total del 78,5%, mayor que en el caso de la producción (65,59%), ampliando la diferencia con respecto a los otros agentes.

En términos de empleo, el impacto alcanza los 22.525 puestos (70,19% del total de agentes), 4.595 empleos por el efecto directo y 11.216 por los efectos indirectos e inducidos.

Actividad asociada al estudiantado

La demanda provocada por la actividad del estudiantado representa un 27,14% del total del impacto producción o de las ventas en la zona, contribuyendo a generar 604,4 millones de € de ventas, de los que 225,2 millones conciernen a impacto directo, y 379,3 millones a los impactos indirecto e inducido.

La demanda del alumnado es responsable del 17,01% de la renta total generada, es decir, 168 millones de €, 60 millones por el efecto directo y 108 millones por los efectos indirecto e inducido. La actividad vinculada a los estudiantes supone la generación de 5.279 empleos, un 23,44% del total de los empleos, de los que 1.871 son por efecto directo, y el resto por los efectos indirectos e inducidos.

El estudiantado son el segundo agente por importancia en cualquiera de los tipos de impacto, pero, sobre todo, en los relativos a producción, algo menos en empleo, y no tanto en el impacto renta.

Actividad asociada a los visitantes

Los visitantes generan un 6,22% del impacto output. Esto implica que contribuyen a la producción del territorio andaluz con una cantidad de 138,6 millones de €, de los que 54 millones lo son como consecuencia del efecto directo y 84,4 por los efectos indirectos e inducidos.

La renta derivada de las visitas por la existencia de la UGR se estima en una cifra de 38 millones de € (3,86% del total), de los que 14,2 millones son por el efecto directo y el resto, 23,9 millones, debidos a los efectos indirectos e inducidos.

La demanda de los visitantes contribuye a generar empleo, en concreto el 5,46% del total, lo que supone 1.229 empleos, 467 por el efecto directo y 762 empleos por los efectos indirectos e inducidos.

Este agente de gasto tiene una importancia sobre el total superior para el impacto en producción (6,22%) que en el caso de su importancia en el empleo (5,46%), pero proporcionalmente menor en el impacto renta, con un 3,86%.

Actividad asociada a los congresos-eventos

Finalmente, la partida más pequeña del impacto sobre la producción corresponde a la actividad de congresos y eventos. Ese impacto asciende a 23,5 millones de € (1,05% del total), de los que 9 millones de € son por efectos directos y 14,5 millones corresponden a los efectos indirectos e inducidos.

Aún menor es el porcentaje que suponen los congresos respecto a la renta generada con solo un 0,66%, lo que representa 6,5 millones de €.

Finalmente, los congresos suponen un impacto sobre el empleo de 206 empleos (0,92% del total), de los que 75 lo son por el efecto directo, y 131 por los efectos indirectos e inducidos. Este es el agente de gasto claramente con menor importancia en todos los tipos de impactos, en particular, en el impacto renta.

Al comparar estos resultados con los obtenidos en la edición anterior del estudio de impacto socioeconómico, correspondiente al año 2018 en el campus de Granada, se observa un aumento significativo del peso relativo de la actividad generada por la UGR. En términos de impacto, la Universidad gana 2 puntos porcentuales en producción, 2,4 puntos en renta y cerca de 3,5 puntos en empleo, lo que refleja una mayor contribución al entorno económico respecto al periodo anterior. Este incremento en el peso relativo de la UGR se produce a costa de una disminución en la contribución del resto de agentes. Así, en el caso del estudiantado se observa una pérdida de 4,4 puntos porcentuales en producción, 1,15 en renta y 1,6 en empleo. Es aún más importante el descenso en la importancia de visitantes que cae más de un punto porcentual en producción y renta, y 1,6 puntos en empleo. Otro tanto sucede con la actividad congresual, para el que el descenso ronda los 0,2 puntos porcentuales.



Tabla 4.4. Impacto estimado en la producción (euros), renta (euros) y empleo (número empleados) por la actividad asociada a la Universidad de Granada en Andalucía, campus de Granada (2023)

	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total
Impacto Output-Producción (euros)	1.460.905.269	604.443.060	138.577.701	23.463.529	2.227.389.559
%	65,59	27,14	6,22	1,05	100
Directo	136.229.652	225.167.364	54.156.882	9.000.656	424.554.554
Indirecto e inducido	1.324.675.617	379.275.696	84.420.819	14.462.873	1.802.835.005
Impacto renta (euros)	775.334.820	168.037.236	38.115.738	6.476.380	987.964.174
%	78,48	17,01	3,86	0,66	100
Directo	136.400.018	60.051.202	14.214.394	2.380.919	213.046.533
Indirecto e inducido	638.934.802	107.986.034	23.901.344	4.095.462	774.917.641
Empleo (nº)	15.811	5.279	1.229	206	22.525
%	70,19	23,44	5,46	0,99	100
Directo	4.595	1.871	467	75	7.008
Indirecto e inducido	11.216	3.408	762	131	15.518

Campus universitario de Ceuta

La tabla 4.5 recoge las estimaciones del impacto económico generado por la actividad asociada a la UGR en la Ciudad Autónoma de Ceuta, en términos de producción, renta y empleo, en el año 2023.

Se puede observar que el impacto sobre la producción (*output*) de todos los agentes por la actividad económica que desarrolla la UGR en el campus de Ceuta alcanza la cifra de 53 millones de €. Dicho de otro modo, se trata de la cantidad en la que aumentan las ventas como consecuencia de la actividad asociada a la UGR en el campus de Ceuta, de las que 12 millones son por efecto directo de dicha actividad, y el resto (41 millones) por los efectos indirectos e inducidos. Dicha cantidad equivale a 2,5 veces el importe total de la demanda (0,57 por efecto directo y 1,95 por los efectos indirectos e inducidos).

El impacto sobre la renta derivado del campus de Ceuta de todos los agentes asciende a 21,8 millones de €, de los que 5,1 millones se deben al efecto directo y 16,7 millones a los efectos indirectos e inducidos. Esto representa 1,03 veces el importe total de la demanda (0,24 por efecto directo y 0,79% por los indirectos e inducidos).

El impacto en términos de empleo de todos los agentes debido al campus de Ceuta se estima en 522 empleos, 166 por efecto directo y 356 por efectos indirectos e inducidos, lo que implica la generación de un empleo por cada 105.677 € de gasto ejecutado.

Actividad asociada a la UGR

El impacto del gasto del grupo UGR en el output o en las ventas de los distintos sectores es de 29 millones de €, de los que 3 millones son impacto directo de la UGR, básicamente por la ejecución de su presupuesto en dicho campus, descontando los sueldos y salarios del personal y las importaciones (en el marco de referencia establecido), de acuerdo con la propensión a importar obtenida con las Tablas Input-Output. El resto, 26 millones de € corresponden a efectos indirectos e inducidos. El impacto en la producción por la actividad asociada al grupo UGR imputable al campus de Ceuta es de un 54,8% del total.

Por otro lado, el impacto sobre la renta de Ceuta como consecuencia de la UGR asciende a 15,2 millones de € (2,7 millones por el efecto directo, 12,5 millones por los efectos indirectos e inducidos derivados). En total el grupo UGR representa un porcentaje mayor para la renta (69,5%) que, para la producción, ampliando la diferencia con respecto a los otros agentes.

El impacto sobre el empleo alcanza los 312 puestos imputables a la UGR, lo que representa casi el 60% del total, 91 empleos por el efecto directo y 221 por los efectos indirectos e inducidos.

La UGR es, con mucha diferencia, el agente con mayor impacto en producción y empleo (54,8% y 59,8%, respectivamente), pero sobre todo en renta donde alcanza el 69,5%.

Actividad asociada al estudiantado

La demanda generada por el estudiantado representa el 38,45% del impacto total en términos de producción, con una contribución de 20,4 millones de €. De esta cantidad, 7,6 millones corresponden al impacto directo, mientras que los 12,8 millones restantes derivan de efectos indirectos e inducidos.

En cuanto a la renta, el gasto del estudiantado es responsable de casi el 26 % del total, lo que equivale a 5,7 millones de €, de los cuales 2 millones se atribuyen al impacto directo y 3,7 millones a los efectos indirectos e inducidos.

La actividad vinculada a los estudiantes supone la generación de 178 empleos, un 34,1% del total de empleos, de los que 63 son por efecto directo, y el resto por los efectos indirectos e inducidos.

El estudiantado es el segundo agente por importancia en cualquiera de los tipos de impacto, pero, sobre todo, en los relativos a producción, y algo menos en empleo y renta.

Actividad asociada a los visitantes

Los visitantes representan el 6 % del impacto total en términos de producción (output), lo que se traduce en una contribución de 3,17 millones de € a la actividad económica de la ciudad. De esta cantidad, 1,24 millones corresponden al impacto directo, mientras que los 1,93 millones restantes derivan de efectos indirectos e inducidos.

La renta generada por la existencia de la UGR en Ceuta se estima en 0,87 millones de €, lo que representa el 4 % del total. De esta cifra, 0,32 millones de € proceden del efecto directo y 0,55 millones de € de los efectos indirectos e inducidos.

La demanda de los visitantes contribuye a generar el 5,4% del total del impacto en el empleo, que se corresponde con 28 empleos (11 por efecto directo y 17 por los efectos indirectos e inducidos).

Actividad asociada a congresos y eventos

Finalmente, la partida más pequeña del impacto sobre la producción corresponde a la actividad de congresos y eventos. Ese impacto asciende a 0,4 millones de € (0,78% del total), de los que 0,16 millones son por efectos directos y 0,25 millones lo son por efectos indirectos e inducidos. Aún menor es el porcentaje que suponen los congresos respecto a la renta generada, solo 114.000 (0,52%). En empleo, los congresos suponen un impacto de 4 empleos (0,69% del total), de los cuales 1,3 son por el efecto directo y 2,3 lo son por los efectos indirectos e inducidos.

Este es el agente de gasto claramente con menor importancia en todos los tipos de impactos, en particular, en el impacto renta.



Tabla 4.5. Impacto estimado en la producción (euros), renta (euros) y empleo (número empleados) por la actividad asociada a la Universidad de Granada en Andalucía, campus de Ceuta (2023)

	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total
Impacto Output-Producción (euros)	29.015.625	20.362.632	3.169.841	411.929	52.960.027
%	54,79	38,45	5,99	0,78	100
Directo	2.945.026	7.585.496	1.238.790	158.017	11.927.329
Indirecto e inducido	26.070.599	12.777.136	1.931.051	253.912	41.032.699
Impacto renta (euros)	15.166.105	5.660.881	871.863	113.700	21.812.550
%	69,53	25,95	4,00	0,52	100
Directo	2.708.021	2.023.020	325.142	41.800	5.097.983
Indirecto e inducido	12.458.084	3.637.861	546.722	71.901	16.714.568
Empleo (nº)	312	178	28	4	522
%	59,83	34,09	5,39	0,69	100
Directo	91	63	11	1,3	166
Indirecto e inducido	221	115	17	2,3	356

Campus universitario de Melilla

En el caso del campus de Melilla, el impacto en términos de producción (output) generado por la actividad económica asociada a la UGR durante el año 2023 se estima en 69,1 millones de € (véase tabla 4.6). Esta cifra refleja el incremento del volumen de ventas. De este total, 14,4 millones de € corresponden al impacto directo, mientras que el resto se atribuye a los efectos indirectos e inducidos. En conjunto, este impacto equivale a 2,52 veces el valor inicial de la demanda, desglosado en un coeficiente de 0,52 para el efecto directo y 2 para los efectos indirectos e inducidos.

El impacto en términos de renta de todos los agentes asciende a 29,8 millones de €, de los que 6,6 millones son por el efecto directo y 23,1 millones por los efectos indirectos e inducidos. Esto representa 1,09 veces el importe total de la demanda (0,24 por efecto directo y 0,85 por los indirectos e inducidos).

El impacto en el empleo del territorio melillense de todos los agentes es de 694 empleos, 222 por efecto directo y 473 por efectos indirectos e inducidos. Esto supone la estimación de un empleo por cada 99.859 € de gasto.

Actividad asociada a la UGR

El impacto del gasto del grupo UGR en la producción (output) debido al campus de Melilla, es decir, en el volumen de ventas generado en los distintos sectores, asciende a 39,2 millones de €, de los cuales 3,2 millones corresponden al efecto directo derivado, principalmente, de la ejecución presupuestaria de la Universidad, una vez descontados los sueldos y salarios del personal, así como las importaciones, conforme al marco de referencia y a la propensión a importar estimada a partir de las Tablas Input-Output. Los 36,1 millones de € restantes se deben a efectos indirectos e inducidos. En su conjunto, el impacto imputable al campus de Melilla representa el 56,79 % del total generado por la actividad del grupo UGR en la ciudad.

El impacto sobre la renta como consecuencia de la actividad de la UGR asciende a 21,5 millones de € (3,6 millones por efecto directo y 17,8 millones por efectos indirectos e inducidos derivados). En total el grupo UGR representa un porcentaje mayor que en el caso de la producción, puesto que asciende al 72,16%, ampliando la diferencia con respecto a los otros agentes.

El impacto sobre el empleo alcanza los 433 empleos, que significan casi el 62,36% del total. En concreto, 128 empleos por el efecto directo y 305 por efectos indirectos e inducidos.

La UGR es, con mucha diferencia, el agente con mayor impacto en producción y empleo (56,8% y 62,4%, respectivamente) , y especialmente en renta donde alcanza el 72,2%.

Actividad asociada al estudiantado

La demanda provocada por los estudiantes representa un 35,71% del total del impacto sobre la producción en Melilla, contribuyendo a generar 24,7 millones de € de ventas, de los que 9,2 millones corresponden a impacto directo y 15,5 millones a los impactos indirectos e inducidos.

La demanda del estudiantado representa el 23,05 % de la renta total generada, lo que equivale a 6,9 millones de €, de los cuales 2,5 millones de € se corresponden con el impacto directo, mientras que los 4,4 millones de € restantes derivan de efectos indirectos e inducidos.

En términos de empleo, la actividad vinculada a los estudiantes supone la generación de 215 empleos, un 31,02% del total de los empleos, de los que 76 son por efecto directo, y el resto por efectos indirectos e inducidos.

Actividad asociada a los visitantes

Los visitantes aportan el 7,08 % del impacto total en el output, lo que se traduce en 4,9 millones de € (1,9 millones de € de impacto directo, y 3 millones de € de efectos indirectos e inducidos).

En cuanto a la renta generada por las visitas motivadas por la presencia de la UGR en Melilla, se estima en 1,34 millones de €, lo que equivale al 4,52 % del total. De esa cifra, 0,5 millones de € se deben al impacto directo y 0,8 millones de € a los efectos indirectos e inducidos.

También la demanda de los visitantes contribuye a generar empleo, en concreto el 6,24% del total, que corresponde a 43 empleos.

Actividad asociada a los congresos y eventos

Al igual que en los otros campus, la partida más pequeña del impacto sobre la producción corresponde a la actividad de congresos y eventos. Ese impacto asciende para el caso de Melilla a 0,3 millones de € (0,43% del total), de los que 0,114 millones de € son por efectos directos y 0,186 millones lo son por efectos indirectos e inducidos.

Aún menor es el porcentaje que suponen los congresos respecto a la renta generada, solo 0,82 millones de € (0,38%).

Finalmente, la actividad de congresos genera en Melilla 3 empleos (0,38% del total), de los cuales 1 es por efecto directo de la actividad, y 2 lo son por efecto indirecto e inducido.



Tabla 4.6. Impacto estimado en la producción (euros), renta (euros) y empleo (número empleados) por la actividad asociada a la Universidad de Granada en Andalucía, campus de Melilla (2023)

	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total
Impacto Output-Producción (euros)	39.225.079	24.664.736	4.887.452	297.849	69.075.115
%	56,79	35,71	7,08	0,43	100
Directo	3.150.690	9.188.117	1.910.041	114.255	14.363.104
Indirecto e inducido	36.074.389	15.476.619	2.977.410	183.593	54.712.012
Impacto renta (euros)	21.469.788	6.856.881	1.344.292	82.212	29.753.173
%	72,16	23,05	4,52	0,28	100
Directo	3.629.504	2.450.433	501.323	30.224	6.611.484
Indirecto e inducido	17.840.284	4.406.448	842.969	51.988	23.141.689
Empleo (nº)	433	215	43	3	694
%	62,36	31,02	6,24	0,38	100
Directo	128	76	16	1	222
Indirecto e inducido	305	139	27	2	473

4.5. Impacto económico total de la UGR: actividad propia más actividad asociada

Al impacto comentado con anterioridad de la actividad asociada a la UGR, hay que añadir la actividad propia en cada campus para obtener el impacto total sobre la producción, la renta y el empleo, desglosado por los distintos agentes.

Campus universitario de Granada

La tabla 4.7 y el gráfico 4.12 muestran los datos del impacto total en euros y porcentaje de la actividad propia y asociada a la Universidad de Granada sobre la producción, la renta (en euros) y el empleo (número de empleos), para el campus de Granada en el año 2023.

Como puede observarse, los 875,8 millones de € inicialmente gastados por todos los agentes vinculados a la UGR generan un impacto total de 2.759,9 millones de € en Andalucía, lo que significa que cada euro de gasto se multiplica por 3,15. Esta es una magnitud muy parecida a la de otros estudios que utilizan la misma metodología (en el caso de la Universidad de Córdoba es de 3,17 veces), y bastante similar al estudio anterior de impacto socioeconómico de la UGR en 2018 (3,2).

De acuerdo con estos resultados, y tomando como referencia únicamente las transferencias públicas directas recibidas por la UGR desde la Junta de Andalucía imputables al campus de Granada, se estima que por cada euro de gasto público de la Comunidad Autónoma se generan aproximadamente 6,1 € de producción. Esta cifra supone un euro menos que en el estudio anterior. Como referencia contextual, la Universidad de Córdoba presenta un valor estimado de 6,9 € por cada euro de financiación pública (Pastor et al., 2018).

La actividad propia de la UGR, que incluye Formación y Gestión S.L., M.P. se estima en 532,5 millones de €, que junto a los 1.461 millones de la actividad asociada ascienden a 1.993,4 millones de producción (*output*) debido a la existencia de la UGR. Esta cifra representa un 72,2% del total del output generado por todos los agentes (gráfico 4.12), y que asciende a cerca de 2.759,9 millones de €. A distancia, le sigue en importancia la actividad del estudiantado que, con 604,4 millones, supone un 21,9% del impacto total. Las visitas suponen 138,6 millones de €, lo que representa un 5% del total. La actividad de congresos es la de menor cuantía, con 23,5 millones de € (0,85% del total), como se muestra en el gráfico 4.12.

La renta generada por la actividad propia de la UGR asciende a 363,8 millones de €, que, sumada a los 775,3 millones de € derivados de la actividad asociada, alcanza un total de 1.139 millones de €. Esta cifra representa el 84,3 % del conjunto de la renta generada por todos los agentes (gráfico 4.12), cuyo valor total se estima en 1.351,8 millones de €. En términos relativos, al igual que la anterior, en esta nueva edición del estudio la UGR como agente de gasto tiene un mayor peso sobre el impacto renta que sobre el de la producción, esto se traduce en que el porcentaje sobre el total está 12 puntos porcentuales por encima. Lógicamente, esto hace que el resto de los agentes de gasto disminuyan su peso en el impacto renta respecto a lo que representan en producción. Así, la actividad derivada del estudiantado con 168 millones de € supone un 12,43% del total impacto renta (véase gráfico 4.12), lo que implica una reducción de 9,5 puntos porcentuales con respecto a la importancia sobre el impacto producción. El impacto renta de visitantes con 38 millones representa un 2,82% del total impacto renta, es decir, 2,2 puntos menos de que lo que representaba respecto al impacto producción. Los congresos y eventos con 6,5 millones de € representan un 0,48% del impacto renta total, también menos que su importancia en el impacto producción. Así, el impacto total renta es 1,54 veces el volumen de gasto inicial.



Respecto al impacto total en términos de empleo, a los 8.734 puestos de trabajo generados directamente por el grupo UGR se suman otros 15.811 empleos vinculados a su actividad asociada, lo que eleva el total a 24.545 empleos. Esta cifra representa el 78,5 % del total estimado de 31.259 empleos atribuibles a la actividad de todos los agentes analizados (véase gráfico 4.12). De conjunto, casi un 17% corresponde a la actividad asociada al estudiantado, es decir 5.279. El empleo derivado de las visitas alcanza los 1.229 empleos, el 3,93%. La actividad congresual genera 206 empleos, el 0,66% del total, como se representa en el gráfico 4.12.

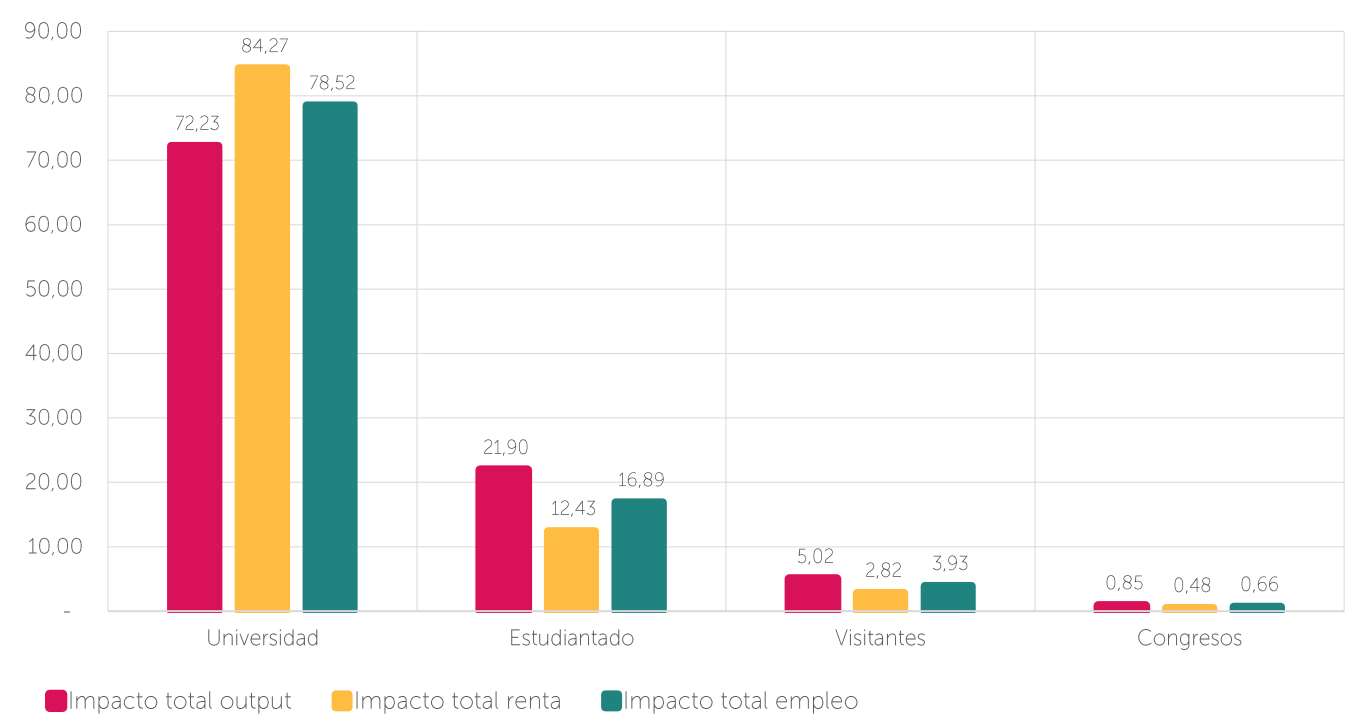
En suma, se crean 35,7 empleos por cada millón de euros de demanda.

Si estos resultados se comparan con el impacto total estimado de la UGR en Granada para la edición anterior del 2018, actualizando de acuerdo con la inflación, el impacto total sobre la producción ha crecido un 7,9%, sobre la renta un 12,04% y sobre el empleo un 22,2%. Sin embargo, para el mismo período, el crecimiento del PIB andaluz según las estimaciones del INE actualizadas a 2023, ha sido del 6,1%, mientras que el de la provincia de Granada alcanzó el 10%, según datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Este incremento del PIB de Granada es superior al crecimiento registrado en el impacto total sobre la producción, pero inferior al observado en el impacto total sobre la renta. En cuanto al empleo, el crecimiento en Andalucía durante el mismo período ha sido del 16,5 %, mientras que en la provincia de Granada ha sido sensiblemente inferior, situándose en un 9,9 %. Ambas cifras están por debajo del crecimiento registrado en el impacto total sobre el empleo generado por la actividad de la UGR.

Tabla 4.7. Impacto total de la actividad propia y asociada a la Universidad de Granada sobre la producción, la renta (en euros) y el empleo (número de empleos), campus de Granada (año 2023)

	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total
Impacto output (producción)	1.993.372.898	604.443.060	138.577.701	23.463.529	2.759.857.188
Actividad propia	532.467.629	-	-	-	532.467.629
Actividad asociada	1.460.905.269	604.443.060	138.577.701	23.463.529	2.227.389.559
Total renta	1.139.156.837	168.037.236	38.115.738	6.476.380	1.351.786.191
Actividad propia	363.822.017				363.822.017
Actividad asociada	775.334.820	168.037.236	38.115.738	6.476.380	987.964.174
Total empleo	24.545	5.279	1.229	206	31.259
Actividad propia	8.734				8.734
Actividad asociada	15.811	5.279	1.229	206	22.525

Gráfico 4.12. Reparto del impacto económico total (actividad propia más asociada a la UGR) en la producción, renta y empleo por agente en el campus de Granada (%)



Campus universitario de Ceuta

La tabla 4.8 y el gráfico 4.13 muestran los resultados del impacto económico total de la UGR en la ciudad de Ceuta. Así, los 21,1 millones de € inicialmente gastados por todos los agentes vinculados a la UGR generan 63,3 millones, lo que significa que cada euro gastado se multiplica por 3. Es en este campus donde se produce el menor efecto multiplicador de los tres de la Universidad de Granada, aunque por una pequeña diferencia.

De acuerdo con estos resultados, si se toman como referencia solamente las transferencias públicas directas recibidas por la UGR de parte del Estado o de la ciudad imputables al campus de Ceuta, por cada euro de gasto público se generan, aproximadamente 13,1 € de producción (ventas en el territorio). Este dato es más del doble de la ratio del campus de Granada, y superior también a la del campus de Melilla que se verá a continuación.

La actividad propia de la Universidad de Granada en el campus de Ceuta se estima en 10,4 millones de €, que junto a los 29 millones de € de la actividad asociada, ascienden a 39,4 millones de producción (*output*) como consecuencia de existencia de la UGR en la ciudad de Ceuta, lo que representa un 62,2% del total (gráfico 4.13). A distancia, le sigue en importancia la actividad del estudiantado que, con 20,4 millones, supone un 32,17% del impacto total, y la actividad de visitas con 3,2 millones de impacto total (5,01% del total). Finalmente, la actividad asociada a congresos es la de menor cuantía, con 0,412 millones de €, el 0,65% del total, como muestra el gráfico 4.13.

El impacto sobre la renta por la actividad propia de la UGR es de 7 millones de € que, junto a los 15,2 por actividad asociada, suman 22,2 millones de €, un 76,93% del total (véase gráfico 4.13) de los 28,81 millones de € de todos los agentes. En términos relativos, la UGR como agente de gasto significa más sobre el impacto renta que sobre el de la producción, concretamente 14,75 puntos porcentuales por encima. Lógicamente, esto hace que el resto de los agentes de gasto disminuyan su peso en el impacto renta respecto a lo que representan en producción.

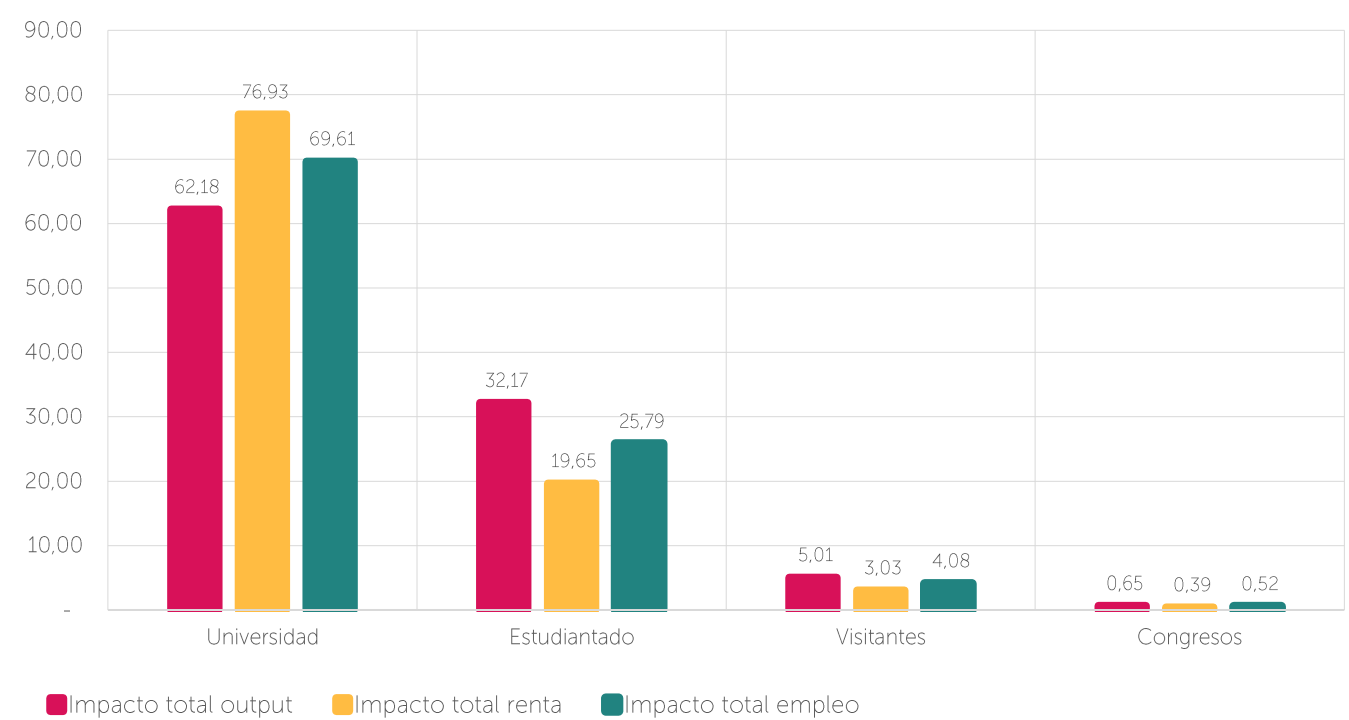
La actividad derivada del estudiantado con 5,7 millones de € supone un 19,65% del total impacto renta (gráfico 4.13), lo que implica una reducción de 12,51 puntos porcentuales con respecto a la importancia sobre el impacto producción. El impacto renta de visitantes es de 0,87 millones, el 3,03% del total impacto renta, lo que supone 2 puntos menos de lo que representa respecto al impacto producción. Los congresos y eventos con 0,114 millones de € representan un 0,39% del impacto renta total (gráfico 4.13), también menos que su importancia en el impacto producción. En resumen, para el caso de la ciudad de Ceuta, el impacto total renta es 1,37 veces el volumen de gasto inicial.

En términos de empleo, a los 168 empleados de la UGR por actividad directa hay que añadir otros 312 empleados por la actividad asociada del grupo, lo que hace un total de 480 empleos. Esto representa el 69,6% del total impacto empleo (gráfico 4.13) generado por todos los agentes (690 empleos). De esos empleos casi un 26% corresponde a la actividad asociada al estudiantado (178), el 4,1% a la actividad de visitas (28), y el 0,52% a la actividad de congresos (4). En resumen, en el territorio se crean 32,7 empleos por cada millón de euros de demanda.

Tabla 4.8. Impacto total de la actividad propia y asociada a la UGR sobre la producción, la renta (en euros) y el empleo (número de empleos) en el campus de Ceuta (año 2023)

	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total
Impacto output (producción)	39.361.729	20.362.632	3.169.841	411.929	63.306.131
Actividad propia	10.346.104				10.346.104
Actividad asociada	29.015.625	20.362.632	3.169.841	411.929	52.960.027
Total renta	22.161.544	5.660.881	871.863	113.700	28.807.989
Actividad propia	6.995.439				6.995.439
Actividad asociada	15.166.105	5.660.881	871.863	113.700	21.812.550
Total empleo	480	178	28	4	690
Actividad propia	168				168
Actividad asociada	312	178	28	4	522

Gráfico 4.13. Reparto del impacto económico total (actividad propia más asociada a la UGR) en la producción, renta y empleo por agente en el campus de Ceuta (%)



Campus universitario de Melilla

Los resultados para el campus de Melilla pueden verse en la tabla 4.9 y en el gráfico 4.14.

En esta ciudad, los 27,4 millones de € inicialmente gastados por todos los agentes vinculados a la UGR generan un impacto sobre la producción de 83,1 millones, multiplicándose por 3,04.

De acuerdo con estos resultados, si se toman como referencia únicamente las transferencias públicas directas recibidas por la UGR por parte del Estado y de la Ciudad Autónoma imputables al campus de Melilla, cercanas a los 8,6 millones de €, se estima que por cada euro de gasto público se generan aproximadamente 9,7 € de producción. Este efecto multiplicador es superior al registrado en el campus de Granada, aunque inferior al obtenido en el campus de Ceuta.

La actividad propia de la UGR en el campus de Melilla se estima en 14 millones de € que junto a los 39,2 millones de la actividad asociada ascienden a 53,2 millones de producción (*output*) debido a la existencia de la UGR. Esto representa un 64,07% del total (véase gráfico 4.14). A distancia, sigue en importancia la actividad del estudiantado con 24,7 millones (29,69% del impacto total), seguida del impacto total de las visitas con 4,9 millones (5,88%), y la actividad congresual con 0,298 millones de € (0,36%), como muestra el gráfico 4.14.

La renta por actividad propia de la UGR es de 10,4 millones de € que, junto a los 21,5 por actividad asociada, suman 31,9 millones de €, el 79,39% del total (gráfico 4.14) de la renta generada por todos los agentes que asciende a 40,2 millones de €. En términos relativos, la UGR como agente de gasto supone más sobre el impacto renta que sobre el de la producción, unos 15,33 puntos porcentuales superior.

La actividad derivada del estudiantado con 6,9 millones de € supone un 17,06% del total del impacto sobre la renta, lo que implica una reducción de 12,6 puntos porcentuales con respecto a la importancia sobre el impacto producción. El impacto renta de visitantes con 1,34 millones representa un 3,34% del total impacto renta. Los congresos y eventos con 0,082 millones de € representan un 0,20% del impacto renta total (gráfico 4.14), también menos que su importancia en el impacto producción.

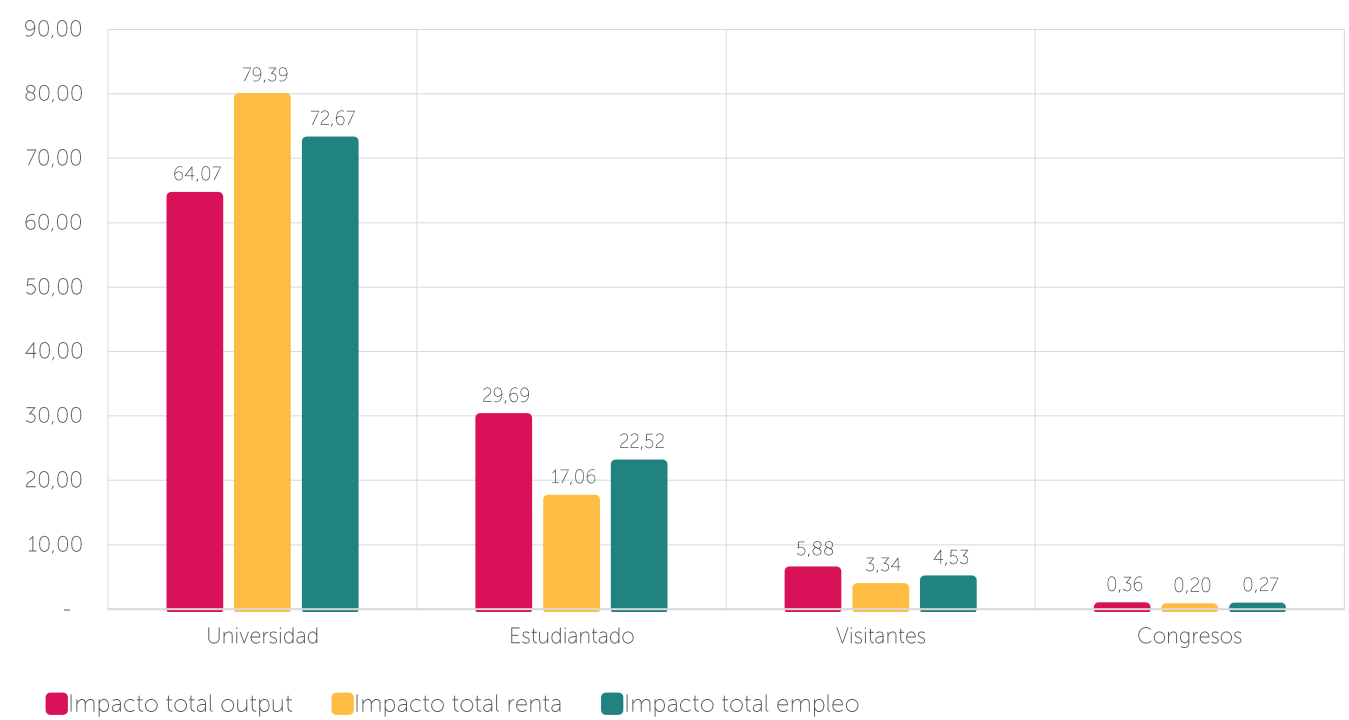
A los 262 empleados vinculados directamente a la UGR se suman 433 empleos generados por la actividad asociada del grupo, lo que eleva el total a 695 puestos de trabajo. Esta cifra representa el 72,67 % del impacto total en empleo (gráfico 4.14), estimado en 956 personas ocupadas. De esos empleos un 22,52% corresponde a la actividad asociada al estudiantado (215), un 4,53% a la actividad de visitas (43), y un 0,27% a la actividad de congresos (3). En conclusión, se estima la creación de 34,94 empleos por cada millón de euros de demanda.



Tabla 4.9. Impacto total de la actividad propia y asociada a la UGR sobre la producción, la renta (en euros) y el empleo (número de empleos) en el campus de Melilla (año 2023)

	Universidad	Estudiantado	Visitantes	Congresos	Total
Impacto output (producción)	53.224.020	24.664.736	4.887.452	297.849	83.074.057
Actividad propia	13.998.942				13.998.942
Actividad asociada	39.225.079	24.664.736	4.887.452	297.849	69.075.115
Total renta	31.914.191	6.856.881	1.344.292	82.212	40.197.576
Actividad propia	10.444.403				10.444.403
Actividad asociada	21.469.788	6.856.881	1.344.292	82.212	29.753.173
Total empleo	695	215	43	3	956
Actividad propia	262				262
Actividad asociada	433	215	43	3	694

Gráfico 4.14. Reparto del impacto económico total (actividad propia más asociada a la UGR) en la producción, renta y empleo por agente en el campus de Melilla (%)



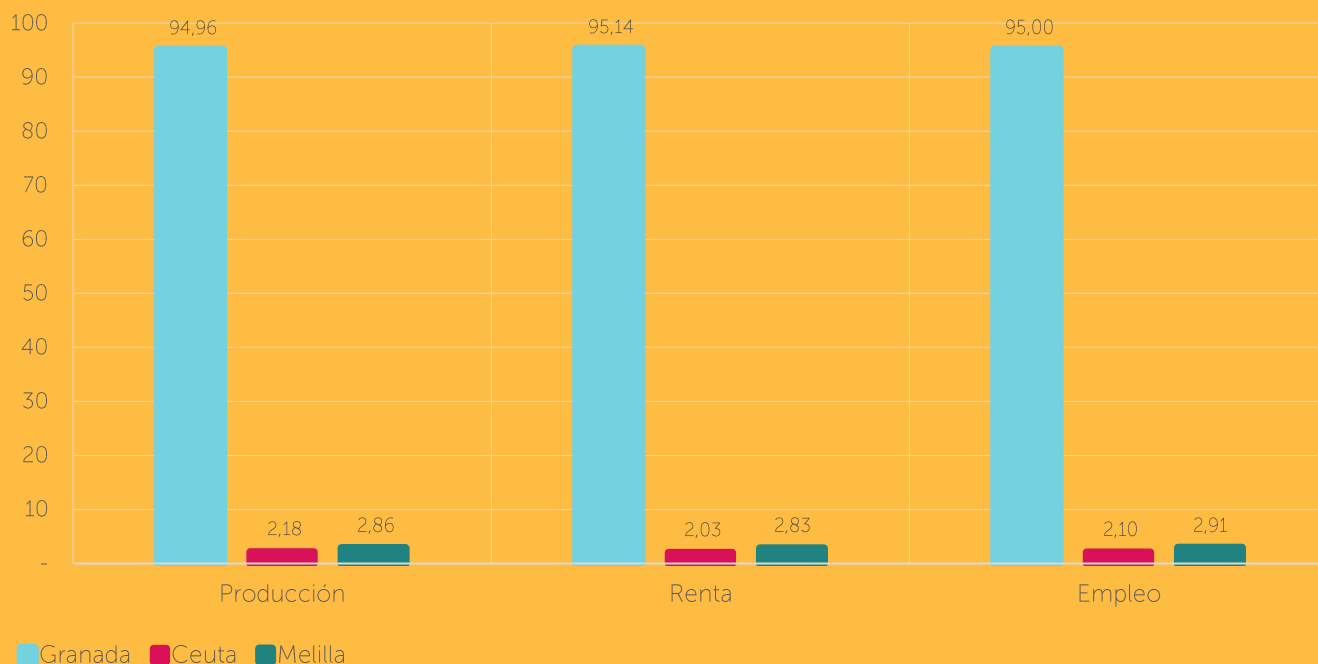
Comparación del impacto total en los campus de Granada, Ceuta y Melilla

El campus de Granada representa aproximadamente un 95% del impacto total generado por la actividad de la UGR, poco más de lo que representaba en el volumen total de gasto, oscilando entre el 94,96% del total impacto producción y el 95,14% del impacto renta, pasando por el 95% de impacto empleo (gráfico 4.15).

En cuanto al campus de Ceuta, el impacto total que genera está ligeramente por encima del 2%, oscilando entre el 2,18% del impacto total producción y el 2,03% impacto total renta, estando el impacto total empleo entre esas dos cantidades (2,10%). Mientras que este campus representaba un 2,28% del gasto total de la actividad relacionada con la UGR (véase gráfico 4.15).

Finalmente, el campus de Melilla representa algo más que el de Ceuta aproximándose al 3%, situándose en un 2,91% del impacto total empleo, un 2,86% del impacto total producción y un 2,83% del impacto total renta. Esto es algo menos que el porcentaje que representaba este campus sobre el total del gasto de la actividad relacionada con la UGR (2,96%) (gráfico 4.15).

Gráfico 4.15. Reparto del impacto económico total en la producción, renta y empleo por campus de la UGR (%)



4.6. Impacto económico total de la UGR en relación con macromagnitudes

En este apartado se analiza la relación entre el impacto económico generado en cada uno de los tres campus de la UGR y las principales magnitudes económicas, PIB y empleo, de sus respectivos territorios: la provincia de Granada, la Ciudad Autónoma de Ceuta y la Ciudad Autónoma de Melilla. Tal como se ha señalado anteriormente, ante la ausencia de un Marco Input-Output específico para las ciudades autónomas, se ha optado por aplicar el correspondiente a Andalucía, al considerarse la aproximación metodológica más adecuada y disponible para estos contextos.

Campus universitario de Granada

En el caso del campus de Granada se genera un empleo por cada 88.289€ de impacto total, casi un 3% superior al dato obtenido en la edición anterior del estudio referida al 2018. No obstante, este dato está expresado en términos nominales, sin tener en cuenta la inflación del periodo. Si se analiza en unidades monetarias constantes, se observa en realidad una disminución del 11,7% puesto que ha aumentado más el empleo que el impacto total.

Según el avance elaborado por el INE para el año 2023, el PIB de Andalucía asciende a 199.951,8 millones de €. En el caso de la provincia de Granada, la única estimación disponible en el momento de redactar este informe corresponde al Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), que cifra el PIB provincial en 21.697,8 millones de € para ese mismo año. Así pues, el impacto total de la UGR en términos de producción (total de ventas en el territorio) en el campus de Granada equivale a un 1,38% del PIB andaluz (véase tabla 4.10). Si se toma como referencia el PIB provincial, dicho impacto supone un 12,72%.

Si se compara este porcentaje con el alcanzado en la edición anterior de 2018 podemos concluir que es ligeramente inferior, al aumentar el impacto total algo más que el PIB andaluz y un poco menos que el granadino, en dicho período (2018-2023).

Por su parte, la inyección de renta debida a los efectos totales de la actividad de la UGR alcanza un 0,68% del PIB andaluz. Si el cálculo se hace en términos de renta con respecto al PIB provincial, el porcentaje es del 6,23% (véase tabla 4.10), crece algo respecto al 2018 que era un 6,12% puesto que el crecimiento del impacto renta ha sido mayor que el crecimiento del PIB provincial.

Por otro lado, el impacto sobre el empleo como consecuencia de la actividad propia de la UGR representa un 0,9% del empleo andaluz, y un 8,67% del empleo de la provincia de Granada. En comparación a la edición del 2018, el crecimiento del impacto sobre el empleo ha sido superior al crecimiento del empleo andaluz y muy superior, en más de 12 puntos, al crecimiento del empleo en la provincia de Granada que lo hace solamente en un 9,9%.

Si se analiza ese impacto por sectores económicos, podemos concluir que dicho impacto se reparte de manera desigual entre los mismos (véase tabla 4.11 y gráfico 4.16). Por lo que respecta a la actividad productiva, más del 63% repercute en el sector servicios, con 1.746 millones de €, le sigue el sector industrial que con unos 539 millones de € (19,53% de ese impacto), y el sector “Industrias extractivas, energía y suministros” con 307 millones de € (algo más del 11% del impacto total). En las últimas posiciones, y con bastante menor peso, estaría el sector primario y de la construcción con 110,4 millones (4%) y 57,6 millones (2,09%), de impacto total respectivamente.

Si se analiza ese impacto por sectores económicos, podemos concluir que dicho impacto se reparte de manera desigual entre los mismos (véase tabla 4.11 y gráfico 4.16). Por lo que respecta a la actividad productiva, más del 63% repercute en el sector servicios, con 1.746 millones de €, le sigue el sector industrial que con unos 539 millones de € (19,53% de ese impacto), y el sector “Industrias extractivas, energía y suministros” con 307 millones de € (algo más del 11% del impacto total). En las últimas posiciones, y con bastante menor peso, estaría el sector primario y de la construcción con 110,4 millones (4%) y 57,6 millones (2,09%), de impacto total respectivamente.

Una parte muy importante del impacto sobre la renta, 1.253 millones de €, se concentra en el sector servicios que absorbe el 92,7% del impacto total. El segundo sector por importancia es el industrial que recoge un 3,83% de este impacto, es decir 51,71 millones de €, una cifra superior a la suma de los tres sectores restantes. El sector de industrias extractivas, energía y suministros representa un 1,42% del impacto renta, mientras que el sector primario se beneficia con un 0,84 % y el sector de la construcción con un 1,21 %.

La distribución del impacto total en empleo entre los diferentes sectores es similar a la distribución del impacto total renta. El sector servicios acumula la mayor parte, 28.571 empleos de los 31.259, es decir un 91,4% del total (gráfico 4.16).



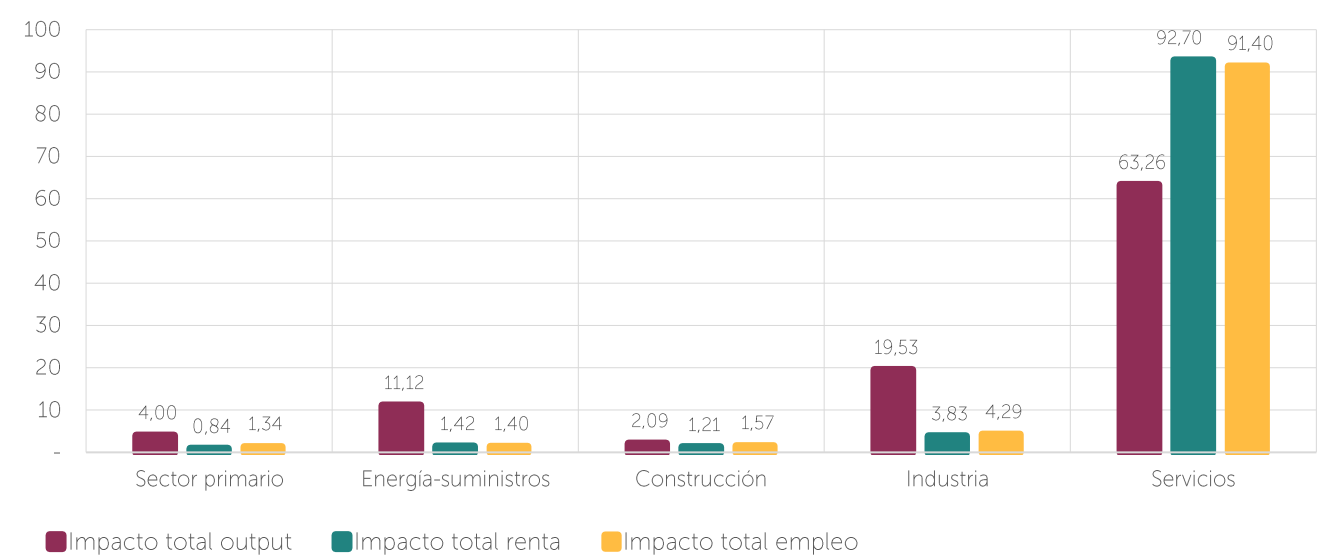
Tabla 4.10. Impacto de la UGR sobre la producción, la renta y el empleo de la actividad productiva como asociada, expresado en porcentajes respecto al PIB o el empleo de Andalucía y provincia de Granada (campus de Granada y año 2023)

	Actividad propia	Actividad asociada	Total
Impacto producción-Andalucía	0,27	1,11	1,38
Impacto producción-Granada	2,45	10,27	12,72
Impacto Renta-Andalucía	0,18	0,49	0,68
Impacto Renta-Granada	1,68	4,55	6,23
Impacto Empleo-Andalucía	0,25	0,68	0,90
Impacto Empleo-Granada	2,42	6,24	8,67

Tabla 4.11. Impacto total de la UGR en la producción, la renta y el empleo por sectores económicos (campus de Granada, año 2023)

	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Agricultura, ganadería y pesca	110.362.599	4,00	11.375.821	0,84	420	1,34
Energía y suministros	306.843.798	11,12	19.196.273	1,42	437	1,40
Construcción	57.641.863	2,09	16.403.584	1,21	490	1,57
Industria	539.058.916	19,53	51.709.870	3,83	1.342	4,29
Servicios	1.745.950.012	63,26	1.253.100.644	92,70	28.571	91,40
Total	2.759.857.188	100,00	1.351.786.191	100	31.259	100,00

Gráfico 4.16. Reparto del impacto económico total (actividad propia más asociada a la UGR) en la producción, renta y empleo por agente en el campus de Granada (%)



Campus universitario de Ceuta

En el campus de Ceuta se genera un empleo por cada 91.781 € de impacto total, esto es casi un 4% superior al dato obtenido para el campus de Granada, y un 6% más que para el campus de Melilla que se analizará a continuación.

De acuerdo con el avance proporcionado por el INE, el PIB de Ceuta en 2023, asciende a 1.888,5 millones de €, por lo que se estima un impacto total de la UGR relativo al campus de Ceuta equivalente al 3,35% (véase tabla 4.12).

La relación entre el PIB de Ceuta y el impacto en renta derivado de la presencia de la UGR en la ciudad se estima en un 1,53 %. De este total, un 0,37 % corresponde a la actividad propia de la Universidad, mientras que el 1,16 % restante se atribuye a la actividad asociada del resto de agentes vinculados.

Por otro lado, el impacto sobre el empleo considerando la actividad propia de la UGR en Ceuta representa un 0,54% del empleo en la ciudad autónoma, a lo que hay que añadir un 1,67% que es lo que significa el empleo por la actividad asociada. Esto implica que el empleo total generado en la ciudad como consecuencia de la existencia de la UGR representa un 2,21% del empleo total en Ceuta.

El impacto total de la UGR se distribuye de manera desigual entre los grandes sectores económicos (véase tabla 4.13 y gráfico 4.17).

En términos de actividad productiva, casi el 63% repercuten en el sector servicios, con unos 39,7 millones de €, le sigue por orden de importancia el sector industrial con unos 11,9 millones de € (18,82%); en tercer lugar, el sector “Industrias extractivas, energía y suministros” con 6,6 millones de € (10,4%). Con menor peso relativo se sitúan el sector primario, con 2,6 millones de € (4,1%), y el sector de la construcción, con 2,5 millones de € (4 %).

Como viene siendo habitual, la mayor parte del impacto sobre la renta en el territorio ceutí se concentra en el sector servicios, que absorbe el 89,4% del impacto total que alcanza los 25,75 millones de €. Le sigue, en orden de importancia, el sector de la construcción, con 1,4 millones de €, lo que representa un 4,9 % del impacto. A continuación, se sitúa el sector industrial, con 1,03 millones de €, equivalente al 3,6 %. Los demás sectores presentan un peso mucho menor, con valores que no alcanzan los 0,4 millones de € en ninguno de los casos: el sector primario representa un 1,27 % del total, mientras que el de industrias extractivas, energía y suministros no llega al 1 %.

El impacto total en empleo se produce principalmente en el sector servicios que representa un porcentaje algo menor que en el caso del impacto renta (87,34%), con 602 empleos de los 690 totales. Siguen en importancia el sector de la construcción con 42 empleos, algo más del 6%. A continuación, el sector industrial con el 3,8% y 26 empleos. Con la mitad de los empleos, próximo al 2%, está el sector primario. Finalmente, el sector de energía-suministros prácticamente mantiene el porcentaje del impacto renta para el caso del empleo, con 6 empleos (0,8% del total).



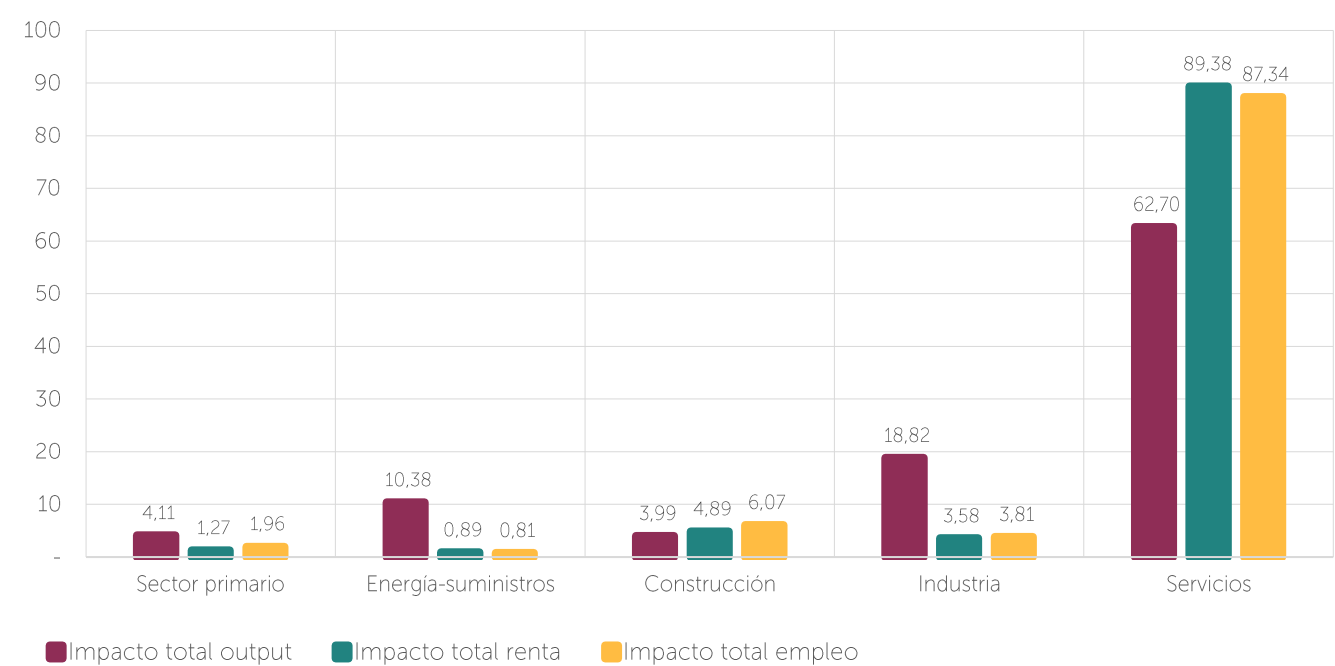
Tabla 4.12. Impacto de la UGR sobre la producción, la renta y el empleo tanto de la actividad productiva como asociada, expresado en porcentajes respecto al PIB o el empleo de Ceuta (año 2023)

	Actividad propia	Actividad asociada	Total
Impacto producción-Ceuta	0,55	2,80	3,35
Impacto Renta-Ceuta	0,37	1,16	1,53
Impacto Empleo-Ceuta	0,54	1,67	2,21

Tabla 4.13. Impacto total de la UGR en la producción, la renta y el empleo por sectores económicos (campus de Ceuta)

	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Agricultura, ganadería y pesca	2.601.399	4,11	365.748	1,27	13	1,96
Energía y suministros	4573.104	10,38	255.237	0,89	6	0,81
Construcción	2.526.852	3,99	1.407.349	4,89	26	3,81
Industria	11.912.634	18,82	1.031.159	3,58	42	6,07
Servicios	39.692.142	62,70	25.748.495	89,38	602	87,34
Total	63.306.131	100,00	28.807.989	100,00	690	100,00

Gráfico 4.17. Reparto del impacto económico total (actividad propia más asociada a la UGR) en la producción, renta y empleo por agente en el campus de Ceuta (%)



Campus universitario de Melilla

En el campus de Melilla, se genera un empleo por cada 86.859€ de impacto total, lo que representa la menor cantidad en generación de empleo entre los tres campus analizados. Según el avance del INE, el PIB de Melilla en 2023 se sitúa en 1.750,2 millones de €. El impacto total de la UGR en la ciudad en términos de producción equivale al 4,75 % de dicha cifra, distribuido en un 3,95 % correspondiente a la actividad asociada y un 0,8 % a la actividad propia de la institución (véase tabla 4.14).

La relación entre el PIB de Melilla y el impacto en renta derivado de la presencia de la UGR alcanza el 2,3 %. Por otro lado, el impacto sobre el empleo en la Ciudad Autónoma de Melilla atribuible a la actividad de la UGR representa un 0,82 % del empleo total, en el caso de la actividad propia, y un 2,17 % adicional correspondiente a la actividad asociada. En conjunto, el empleo generado por la existencia de la UGR equivale al 2,99 % del empleo total en Melilla.

El impacto total de la UGR se reparte de manera diferente entre los grandes sectores económicos (véase tabla 4.15 y gráfico 4.18). Con respecto a la actividad productiva, algo más del 64% repercute en el sector servicios, con 53,3 millones de €, seguido por orden de importancia por el sector industrial con 15,6 millones de € (18,8%) y el sector de industrias extractivas, energía y suministros con 8,8 millones de € (10,5%). Cierran por orden de importancia, el sector primario y el de la construcción con 3,4 (4,1%) y 2,04 millones (2,46%), respectivamente.

El impacto en términos de renta se concentra en el sector servicios que absorbe el 93,5% del impacto total sobre la renta, lo que supone 37,6 millones de €. Sigue por importancia el sector industrial que con 1,08 millones de € (2,7%). A continuación, el sector de la construcción con casi el 2% y 0,78 millones de € del impacto total. Menor importancia tiene los otros dos sectores que no llegan a 0,5 millones de €. Así, el sector industrial con 0,45 millones de € representa el 1,13% y el de energía y suministros con 0,32 millones de € casi alcanza el 0,8%.

El impacto total sobre el empleo se concentra, una vez más, de forma predominante en el sector servicios, aunque con una proporción ligeramente inferior a la observada en el caso de la renta. Este sector agrupa el 92,16 % del empleo generado, lo que equivale a 881 de los 956 empleos totales. Le siguen el sector industrial, con 28 empleos (2,88%), y el sector de la construcción, con 24 empleos (2,5%). A continuación, se sitúa el sector agrícola, que aporta 17 empleos (1,75%), y, en último lugar, el sector de energía y suministros, con tan solo 7 empleos, lo que representa el 0,7 % del total.



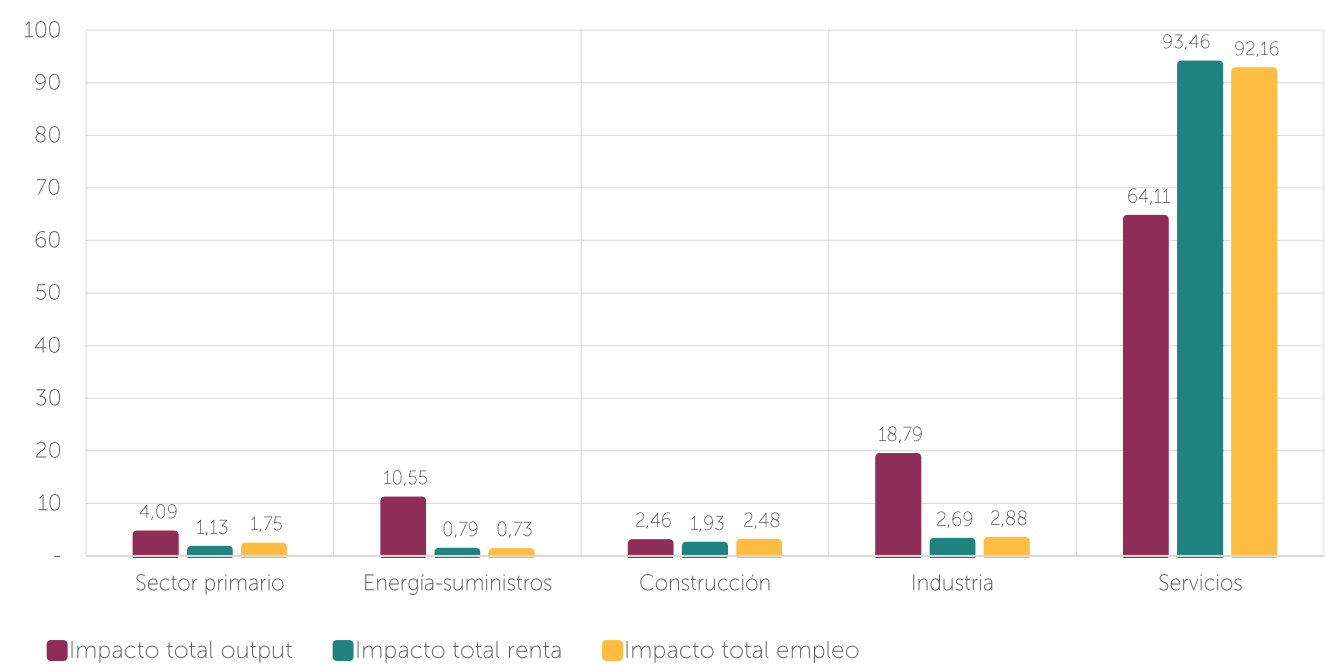
Tabla 4.14. Impacto de la UGR sobre la producción, la renta y el empleo tanto de la actividad productiva como asociada, expresado en porcentajes respecto al PIB o el empleo de Melilla (año 2023)

	Actividad propia	Actividad asociada	Total
Impacto producción-Melilla	0,80	3,95	4,75
Impacto Renta-Melilla	0,60	1,70	2,30
Impacto Empleo-Melilla	0,82	2,17	2,99

Tabla 4.15. Impacto total de la UGR en la producción, la renta y el empleo por sectores económicos (campus de Melilla)

	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Agricultura, ganadería y pesca	3.400.412	4,09	454.851	1,13	17	1,75
Energía y suministros	8.764.945	10,55	317.413	0,79	7	0,73
Construcción	2.041.399	2,46	776.997	1,93	24	2,48
Industria	15.610.286	18,79	1.081.392	2,69	28	2,88
Servicios	53.257.015	64,11	37.566.924	93,46	881	92,16
Total	83.074.057	100,00	40.197.576	100	956	100,00

Gráfico 4.18. % de reparto del impacto económico total (actividad propia más asociada a la UGR) en la producción, renta y empleo por agente en el campus de Melilla



4.7. Reflexión final

Los resultados anteriores ponen de relieve el gran impacto económico que la UGR genera en los territorios en los que está presente. El impacto económico de la UGR en la provincia de Granada es uno de los más elevados de las universidades españolas, como consecuencia de ser una de las universidades de mayor tamaño en España y estar localizada en una de las provincias con menor PIB per cápita.

Esta misma conclusión ya quedaba reflejada en el estudio sobre el Impacto Económico del Sistema de Universidades Públicas Españolas (SUPE), publicado en 2023 por Suriñach, Vayá y Murillo, con datos referidos al año 2021. Al aplicar un método estandarizado a todas las universidades públicas, dicho estudio resulta especialmente útil para realizar comparaciones entre instituciones, al basarse en criterios homogéneos para todos los casos.

No obstante, es importante tener en cuenta que la comparación entre estudios debe realizarse con cautela, especialmente cuando han sido elaborados con metodologías y criterios distintos. No todos los estudios de impacto parten de las mismas premisas, consideran la misma delimitación territorial y el mismo marco de referencia Input-Output. Por ejemplo, en nuestro estudio para la estimación del gasto del estudiantado o de los visitantes se ha realizado una encuesta a toda la población estudiantil. Asimismo, para la estimación de la actividad congresual se ha realizado una gran actividad de rastreo para identificar para cada campus dichos congresos y jornadas. Esta labor de detalle con tratamiento específico para una universidad no suele aplicarse en estudios de abarcan numerosas universidades, por lo que debe tomarse con precaución las comparaciones entre estudios.





5

Análisis del capital humano generado y de la inserción laboral en el entorno de la UGR

5.1. Estimación del valor económico del capital humano generado por la UGR

El capital humano constituye uno de los elementos más relevantes en la valoración de los impactos generados por la Universidad de Granada. La formación universitaria tiene efectos significativos sobre la inserción laboral y los niveles retributivos de los egresados y, por tanto, sobre su contribución al desarrollo económico del entorno.

Una de las formas más tangibles de valorar la contribución de una universidad a su entorno es mediante el valor económico del capital humano que genera. Esto se calcula a partir de la diferencia en los ingresos medios a lo largo de la vida laboral entre las personas egresadas universitarias y aquellas con formación de nivel secundario (segunda etapa de educación), considerando el sexo, la edad y la zona geográfica en la que desarrolla su actividad profesional. Esta estimación permite cuantificar el valor añadido que genera la UGR mediante la formación de titulados y tituladas universitarios.

Para ello, utilizando los datos más recientes disponibles, procedentes de la Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial del INE correspondiente al año 2022, se ha llevado a cabo el cálculo siguiendo el procedimiento que se detalla en la figura 5.1:

1. Estimación de la ganancia media de una persona con estudios secundarios a lo largo de su vida laboral como individuo-tipo de la categoría inmediatamente anterior a los estudios universitarios, suponiendo que finaliza sus estudios a los 18 años y permanece en activo hasta los 65 años.
2. Estimación de la ganancia media de una persona con estudios universitarios (licenciado, graduado, máster y doctorado) como individuo-tipo que durante 4 (caso del grado) o 5 (caso del máster) años sigue estudiando y que durante ese tiempo no tiene ingresos sino gastos, tanto los propios del estudiante como los que realiza la Universidad de Granada por cada estudiante. Se considera que la inserción en el mercado laboral un año después de terminar los estudios y que la vida laboral se extiende a los 65 años.
3. Obtención de la diferencia y actualización a euros de 2023, año de referencia del estudio. Este valor representa el diferencial económico asociado a contar con una formación universitaria frente a una formación secundaria.
4. Dicha diferencia se multiplica por el número de egresados de este año, distinguiendo por sexo y por área geográfica en la que se trabaja: ciudad según campus (Granada, Ceuta y Melilla), Andalucía y resto de España (incluyendo extranjero). Esta distinción es importante porque existen diferencias considerables de ganancia media entre hombre y mujeres y también por territorios. Asumimos que la ganancia media de Ceuta y Melilla es la misma que para la de Andalucía. Esto constituye una limitación, pero es una simplificación necesaria para poder realizar una estimación aproximada.

Para realizar esta estimación se asume, tanto para las personas con estudios secundarios como para aquellas con estudios universitarios, que mantienen su nivel de estudios y que su ganancia varía en función de la edad de acuerdo con los datos de la Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial del INE. Asimismo, se asume una vida laboral estándar sin situaciones de incapacidad, baja u otras circunstancias.

En la citada encuesta no está disponible el dato para algunas categorías de nivel de estudios por sexo y edad, al contar con un número reducido de observaciones. En estos casos dicho dato faltante se ha estimado aplicando la proporción correspondiente para el total de Andalucía o para el total de España, en caso de no disponer el dato para Andalucía.

Como se observa en la tabla 5.1, la ganancia media para todos los niveles de formación aumenta con la edad, tanto en para España como para Andalucía, siendo más del doble la diferencia entre los mayores y los más jóvenes. La diferencia se acentúa más en el caso de las mujeres que en el de los hombres, al igual que es mayor la diferencia de sueldo entre mayores y jóvenes tanto para los universitarios como para los que no.

Figura 5.1. Proceso para estimar el capital humano generado por al UGR

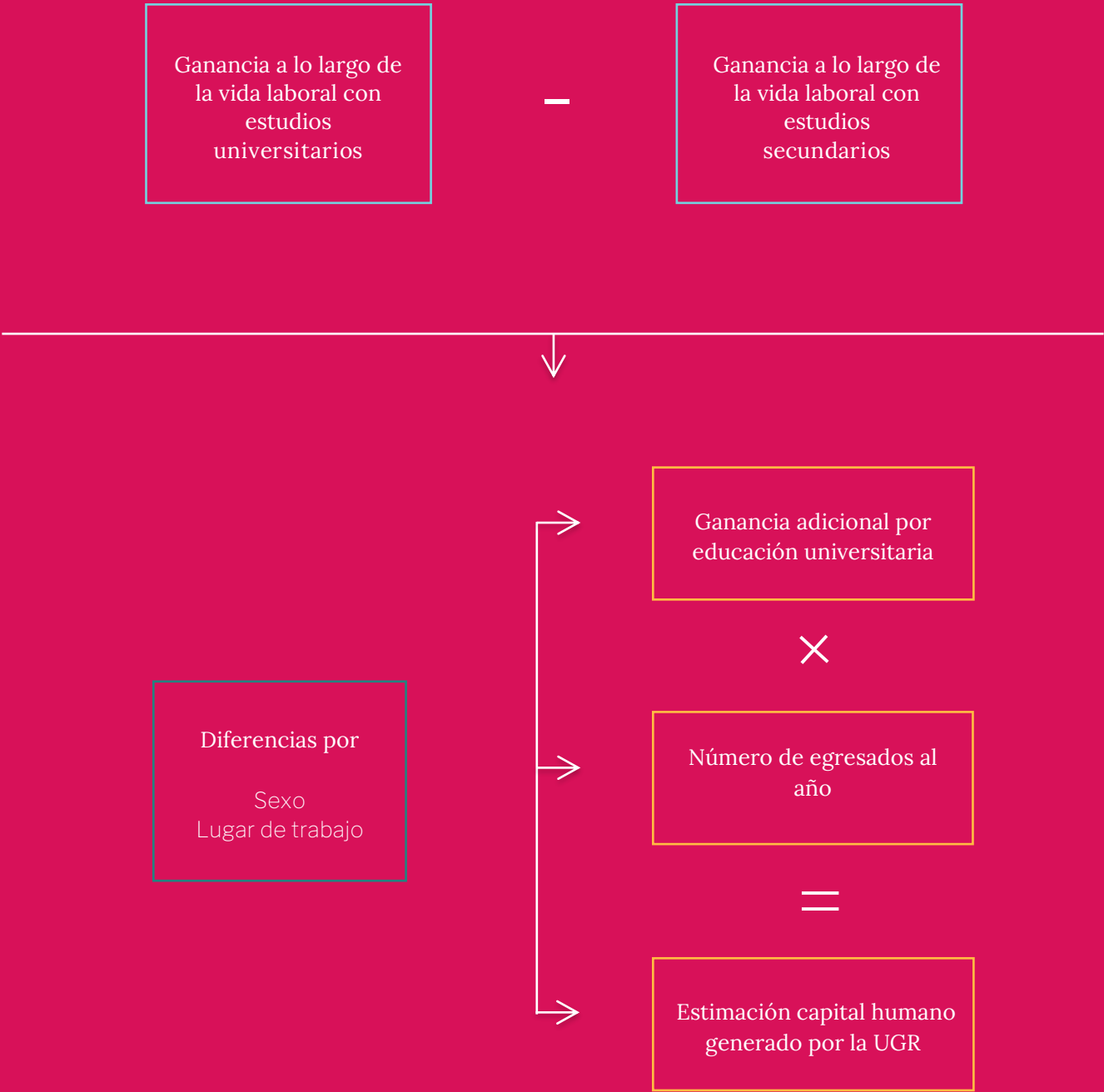


Tabla 5.1. Ganancia media anual en España y Andalucía por trabajador, estudios, sexo y edad en euros

Total nacional (ambos sexos)	Todas las edades	Menos de 25 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	55 y más años
Todos	26.949	14.701	22.485	26.841	29.335	30.004
Estudios Secundarios	23.727	13.330	19.315	22.863	25.989	27.734
Licenciados y similares, y doctores universitarios	44.672	-17.552	34.596	41.988	46.731	51.491
	Mujeres					
Todos	24.360	13.212	21.021	24.080	26.241	26.961
Estudios Secundarios	20.218	11.810	16.844	18.838	21.481	24.464
Licenciados y similares, y doctores universitarios	40.817	..	33.051	38.482	42.366	47.884
	Hombres					
Todos	29.382	15.971	23.787	29.520	32.254	32.923
Estudios Secundarios	27.366	14.959	21.538	26.916	30.653	31.623
Licenciados y similares, y doctores universitarios	49.313	..	36.724	46.513	52.113	54.943
Andalucía						
Todos	24.042	14.284	19.381	22.788	26.572	28.713
Estudios Secundarios	21.782	-13.261	17.437	19.878	23.859	26.958
Licenciados y similares, y doctores universitarios	41.967	..	-36.519	37.754	42.983	49.822
	Mujeres					
Todos	21.650	-12.022	18.330	20.657	23.765	25.811
Estudios Secundarios	18.328	..	-15.259	15.380	19.555	-24.775
Licenciados y similares, y doctores universitarios	38.709	..	-35.049	36.385	38.684	-47.564
	Hombres					
Todos	26.159	-16.473	20.349	24.921	28.783	31.138
Estudios Secundarios	25.424	..	-19.617	24.832	28.368	-29.149
Licenciados y similares, y doctores universitarios	45.592	..	-39.208	-39.704	47.408	-51.304

Fuente: INE, Encuesta Cuatrienal de estructura salarial 2022

Notas:

El dato no está disponible cuando el número de observaciones muestrales es inferior a 100.

Cuando la casilla está marcada con un signo '-' antes del dato, indica que

el número de observaciones muestrales está comprendido entre 100 y 500, por lo que la cifra es poco fiable y hay que interpretarla con cautela.

Para el total de España, los hombres ganan por término medio un 20,6% más que las mujeres, oscilando entre un 13% para la franja de edad de 25 a 34 años y un 23% para la franja de edad de 45 a 54 años. Para las personas con estudios secundarios esta diferencia es mayor, en promedio los hombres ganan un 35,4% más que las mujeres, oscilando entre un 27 y 28% en las franjas de edad de menos de 34 años y un 43% en las edades de 35 a 54 años. En el nivel de estudios universitarios la diferencia promedio es del 20,8%, que varía entre el 11% para el intervalo de 25 a 34 años y el 23% para el intervalo de edad de 45-54 años.

En Andalucía el patrón es similar, el promedio general de la ganancia media de los hombres es superior en un 20,8% al de las mujeres. Esta diferencia es mucho mayor en el caso de las personas con educación secundaria, un 38,7%, que de aquellas con formación universitaria con solo un 17,8%.

En el ámbito nacional, los hombres con formación universitaria tienen una ganancia media un 80% superior a la de aquellos con formación secundaria. Mientras que la ganancia media de las mujeres con formación universitaria en España es un 102% superior a las que solo tienen formación secundaria, esa diferencia aún es mayor en Andalucía llegando al 111%.

Las personas con estudios secundarios perciben, en promedio, aproximadamente un 9% más en España que en Andalucía. Sin embargo, esa diferencia se reduce para las personas con estudios universitarios, la ganancia media a nivel nacional supera a la registrada en Andalucía en un 6,4%.

Por otro lado, según los datos del Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, junto con la información proporcionada por la Oficina del Dato de la Universidad de Granada, el número total de egresados de grado en el curso 2022-2023 fue de 7.206 (véase Tabla 5.2). De ellos, un 92,58% lo fueron de titulaciones del campus de Granada, mientras que un 3,36% y 4,07% fueron egresados de los campus de Ceuta y de Melilla, respectivamente. El porcentaje de mujeres en el caso del campus de Ceuta (3,98%) es algo superior al porcentaje general, lo contrario sucede para los casos de los campus de Granada y Melilla.

En cuanto a los egresados de máster, en el curso 2022-2023 se registraron 3.650 titulados. De ellos el 93,4% completó sus estudios en el campus de Granada, el 2,44% en el campus de Ceuta y el 4,1% en el de Melilla. Los porcentajes sobre el total de egresados de máster de Granada y Melilla son algo superiores a los observados para las titulaciones de grado. Lo contrario sucede con el porcentaje del campus de Ceuta.

En el conjunto de la UGR hay 1,97 egresados de grado por cada egresado de máster. Esta ratio es mayor para el caso de las mujeres (2,08) respecto a los hombres. Mientras que el campus de Granada se aproxima bastante a la ratio general (1,96), la ratio del campus de Melilla es algo inferior (1,93) y la del campus de Ceuta bastante superior (2,72). Esto se debe a la gran diferencia en el número de mujeres entre los estudios de grado y máster (3.72 veces).

Llegados a este punto hay que precisar que un egresado de grado y otro de máster de una misma universidad no pueden computar como dos egresados con dos rentas o ganancias distintas, dado que se trataría de una situación parecida salvo que una de ellas tiene un año más de formación. Por esta razón debiera tratarse de una sola renta a lo largo de la vida laboral, si acaso aumentada por la parte correspondiente al incremento de formación que suponga el máster. Por otro lado, si el egresado del máster en la UGR hizo el grado en otra universidad no sería correcto imputar la ganancia de ese egresado a la UGR a la hora de estimar el valor económico del capital humano, puesto que solamente habría cursado un año en la UGR de los cinco de su formación total. Por esta razón hay que utilizar el número de estudiantes equivalente a una formación de 4 años (véase tabla 5.3).

Tabla 5.2. Número de egresados de grado y máster en los diferentes campus de la Universidad de Granada (curso 2022-2023)

	TOTAL	Campus de Granada	Campus de Ceuta	Campus de Melilla
GRADO				
Ambos sexos	7.206	6.671	242	293
Hombres	2.510	2.333	55	122
Mujeres	4.696	4.338	187	171
MÁSTER				
Ambos sexos	3.650	3.409	89	152
Hombres	1.392	1.303	31	58
Mujeres	2.258	2.106	58	94
Total	10.856	10.080	331	445

Fuente: Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU) y Oficina del Dato de la UGR

Tabla 5.3. Distribución de estudiantes equivalentes a 4 años por sexo y campus 2023

	Total	Campus de Granada	Campus de Ceuta	Campus de Melilla
Ambos sexos	8.119	7.523	264	331
Hombres	2.858	2.659	63	137
Mujeres	5.261	4.865	202	195

Fuente: elaboración propia a partir de Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU) y Oficina del Dato de la UGR

A partir de estos datos de ganancia media anual por trabajador, por sexo y según territorio, se estima la ganancia de una persona tipo con estudios universitarios y de otra con estudios secundarios a lo largo de su vida laboral (hasta 65 años) para estimar la diferencia según sexo y territorio, considerando ganancia media en Andalucía y en España.

Considerando todo el territorio nacional, las personas con estudios universitarios perciben, en promedio, ingresos significativamente superiores a los de aquellas con estudios secundarios. En el ámbito nacional, las mujeres con estudios universitarios tienen una ganancia acumulada de un 77,7% superior que las que tienen estudios secundarios, mientras que para los hombres universitarios la ganancia acumulada es un 55,8% superior a los que tienen estudios secundarios. Las mujeres con estudios universitarios acumularían 1,69 millones de € de 2023, obteniendo una ganancia media anual de 35.985 € (descontando los gastos de estudios). En cambio, las mujeres con estudios secundarios alcanzarían un total de 0,95 millones de € o 20.256 € anuales, lo que supone una diferencia de 15.729 € anuales. Esta brecha también se observa en el caso de los hombres, puesto que los universitarios llegarían a una cantidad prácticamente de 2 millones de € durante su vida laboral, 42.493 € anuales (descontados los gastos de estudios) frente a 1,28 millones de € (27.280 € anuales) de aquellos con estudios secundarios, lo que supone una diferencia de 15.212 € anuales (Tabla 5.4).

En el contexto andaluz, que es el más relevante para la mayoría de egresados de la UGR, las ganancias medias son inferiores a las de toda España. Las mujeres universitarias presentan unas ganancias acumuladas de un 88,8% superiores a las de las mujeres con estudios secundarios, mientras en el caso de los hombres universitarios las ganancias acumuladas son un 55,7% mayores frente a los que tienen estudios secundarios. También persisten las diferencias entre hombres y mujeres. Las mujeres con estudios universitarios llegarían a un total de 1,65 millones de € (35.025 € de media anual), frente a los 0,87 millones de € (18.551 €) de quienes poseen estudios secundarios, lo que arroja una diferencia de 16.473 € por año, siempre en de € 2023. Por otro lado, los hombres con formación universitaria sumarían un importe total de 1,86 millones de € frente a 1,20 millones de € de quien tiene estudios secundarios. Esto es una diferencia de 14.196 € anuales, al pasar de 25.465 € a 39.661 € por año (Tabla 5.4).

A continuación, se procede a examinar estos datos diferenciando entre campus.



Ganancia media campus de Granada

La tabla 5.4 presenta las diferencias acumuladas a lo largo de toda la vida laboral, estimadas en función del total de personas egresadas de la UGR que desarrollan su actividad profesional en Granada, en el conjunto de Andalucía (incluida Granada), y en el resto de España y del mundo. En ausencia de datos específicos de ganancia para los egresados que trabajan fuera de España, se ha asumido que su nivel de ingresos es equivalente al promedio nacional. Bajo estos supuestos, el valor económico agregado generado en 2023 por el capital humano formado por la Universidad de Granada en el campus de Granada se estima en 5.530 millones de €, de los cuales 3.722 millones (67,3 %) corresponden a mujeres y 1.808 millones (32,7 %) a hombres.

Si se desglosa esta cifra según el lugar de trabajo de las personas egresadas, asumiendo los datos históricos de reparto entre Granada, Andalucía (incluyendo a Granada) y el resto de España (para quienes están en el resto de España o en otra parte del mundo), se observa que 2.487 millones de € (el 45% del total) corresponden a quienes desarrollan su carrera profesional en la provincia de Granada, mientras que 4.091 millones de € (el 74%) lo hacen en el conjunto de Andalucía. Para el resto de España la cantidad es de 1.439 millones de €.

Estos datos subrayan el importante retorno social y económico que genera la UGR a través de la mejora del perfil salarial y laboral de sus egresados y egresadas, especialmente en el entorno regional y local.

Tabla 5.4. Estimación de la diferencia de ganancia media entre estudios universitarios y secundarios. Estimación de la diferencia para el total egresados UGR en el campus de Granada

Ganancia media a lo largo de la vida	España		Andalucía		Granada	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Estudios secundarios	952.031	1.282.176	871.918	1.196.872	871.918	1.196.872
Estudios universitarios	1.691.306	1.997.150	1.646.172	1.864.066	1.646.172	1.864.066
Suma diferencias de ganancia de los egresados UGR vs estudios secundarios	935.012.838	503.748.855	2.787.103.553	1.303.816.465	1.687.327.557	800.028.879
Total:	5.529.681.712	1.438.761.694	4.090.920.018		2.487.356.435	
	100 %	26,0%	74,0%		45,0%	
Subtotal mujeres	3.722.116.392 (67,3%)					
Subtotal hombres	1.807.565.321 (32,7%)					

Fuente: elaboración propia a partir de Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial 2022 del INE, Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU) y Oficina del Dato de la UGR

Ganancia media campus de Ceuta

Para el caso del campus de Ceuta los datos disponibles son limitados, por lo que para realizar las estimaciones asumimos que las ganancias medias de España y Andalucía y que los egresados del campus de Ceuta se reparten en la proporción expresada anteriormente para la UGR entre Ceuta, Andalucía y España (véase tabla 5.5).

El valor económico agregado generado por el capital humano formado por la UGR en el campus de Ceuta se estima en 196,9 millones de €, de los que un 78,4% corresponde a las egresadas por el mayor peso que tiene en los grados universitarios y un 21,6% a los egresados. La mayor parte se generaría en Andalucía con un 74,3%, la Ciudad Autónoma de Ceuta con un 1,3% y, finalmente, el resto del país con un 24,4%.

Tabla 5.5. Estimación de la diferencia de ganancia media entre estudios universitarios y secundarios. Estimación de la diferencia para el total egresados UGR en el campus de Ceuta

Ganancia media a lo largo de la vida	España		Andalucía		Ceuta	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Estudios secundarios	952.031	1.282.176	871.918	1.196.872	871.918	1.196.872
Estudios universitarios	1.691.306	1.997.150	1.646.172	1.864.066	1.646.172	1.864.066
Suma diferencias de ganancia de los egresados UGR vs estudios secundarios	36.794.086	11.395.625	115.448.939	30.771.785	2.028.157	460.530
Total:	196.899.123	48.189.711	146.220.724		2.488.687	
	100 %	24,5%	74,3%		1,3%	
Subtotal mujeres	154.271.183 (78,4%)					
Subtotal hombres	42.627.940 (21,6%)					

Fuente: elaboración propia a partir de Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial 2022 del INE, Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU) y Oficina del Dato de la UGR.

Ganancia media campus de Melilla

Melilla presenta la misma dificultad que Ceuta a la hora de hacer la estimación del valor económico agregado generado por el capital humano formado en esa ciudad. Del mismo modo asumimos las ganancias medias de España y Andalucía y que los egresados del campus de Melilla se reparten en la proporción entre Melilla, Andalucía y España (véase tabla 5.6).

Bajo esas premisas, en el campus de Melilla dicho valor económico agregado generado por el capital humano se estima en 241,7 millones de €, de los que un 61,6% corresponde a las egresadas y un 38,4% a hombres. La mayor parte se generaría en Andalucía (74,8%) y, aproximadamente, una cuarta parte en otro territorio fuera de Melilla y Andalucía.

Tabla 5.6. Estimación de la diferencia de ganancia media entre estudios universitarios y secundarios. Estimación de la diferencia para el total egresados UGR en el campus de Melilla

Ganancia media a lo largo de la vida	España		Andalucía		Melilla	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Estudios secundarios	952.031	1.282.176	871.918	1.196.872	871.918	1.196.872
Estudios universitarios	1.691.306	1.997.150	1.646.172	1.864.066	1.646.172	1.864.066
Suma diferencias de ganancia de los egresados UGR vs estudios secundarios	34.940.724	24.593.701	111.438.306	66.937.827	2.560.069	1.183.934
Total:	241.654.562	59.534.425	178.376.133		3.744.004	
	100 %	24,6%	74,8%		1,6%	
Subtotal mujeres	148.939.099 (61,6%)					
Subtotal hombres	92.715.462 (38,4%)					

Fuente: elaboración propia a partir de Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial 2022 del INE, Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU) y Oficina del Dato de la UGR

5.2. Tasa de actividad, paro y empleo y su relación con la educación superior en el ámbito de la UGR

Uno de los principales efectos de la educación superior sobre la inserción laboral de la población se observa en la relación entre el nivel educativo alcanzado y las tasas de actividad, empleo y paro.

Existe evidencia sobrada sobre la relación del nivel de formación y una mayor tasa de actividad y de empleo y una menor tasa de paro. No obstante, cuantificar esa relación referida a una universidad concreta es complicado puesto que, aunque se tenga las tasas de actividad, empleo y paro por provincias y ciudades autónomas, la población ha podido ser formada en universidades diferentes. Los egresados de la UGR se reparten por muchos territorios, y la población activa (en paro o no) universitaria de Granada, Ceuta y Melilla puede proceder de diferentes universidades, sin disponer de información que permita diferenciar.

Sin embargo, es posible hacerse una idea de la situación mediante los siguientes datos de la Encuesta de Población Activa publicados por el INE para el periodo 2015-2024. Esto permite analizar la evolución de estos indicadores en España, en la provincia de Granada y en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, estableciendo comparaciones por sexo.

La tasa de actividad, paro y empleo en la provincia de Granada

La tabla 5.7 recoge las tasas de actividad de la población del último trimestre de cada año en el período 2015-2024 en España y en Granada. A lo largo del periodo analizado, la tasa de actividad en Granada ha sido sistemáticamente inferior a la media nacional, con una diferencia promedio de 1,75 puntos porcentuales. Esta brecha es claramente mayor en el caso de las mujeres (2,93 puntos), lo que indica que la participación femenina en el mercado laboral granadino es más limitada.

Hay una importante correlación entre la tasa de actividad de España y de Granada (0,7), mayor entre la tasa de las mujeres que en la de los hombres.

En 2024, la tasa de actividad en Granada fue del 56,09% frente al 58,49% en el conjunto del país, situándose en 50,89% para las mujeres y en 61,52% para los hombres. Cabe destacar que, al final del período analizado, la tasa de actividad ha disminuido tanto para hombres como para mujeres, tanto en España como en Granada. Sin embargo, la caída es más pronunciada en Granada, especialmente entre los hombres, lo que amplía la diferencia entre la tasa de actividad nacional y la granadina.

En cuanto a las tasas de empleo, los datos incluidos en la tabla 5.8 muestran una evolución similar. Granada presenta sistemáticamente tasas de empleo más bajas que la media nacional, con una diferencia promedio de 6,23 puntos porcentuales. Esta diferencia es especialmente acentuada en el caso de las mujeres, con una brecha media de 7,20 puntos, lo que refleja las dificultades adicionales que enfrenta la población femenina en el acceso al empleo en la provincia.

Las tasas de empleo general de España y Granada presentan una alta correlación en este período (0,9) algo mayor en el caso de las mujeres. En 2024, la tasa de empleo en Granada fue del 44,88%, frente al 52,28% de la media nacional. La tasa de empleo en España en el último año es la mayor de la serie, superando en casi 5 puntos porcentuales en el caso de la tasa de empleo de los hombres y en 5,6 la tasa de las mujeres. En el caso de Granada esa diferencia es menor, la tasa de los hombres aumenta en 2,5 puntos porcentuales mientras que la tasa de las mujeres aumenta más, lo hace en 4,4 puntos porcentuales.



El aumento de la tasa de empleo en términos relativos con respecto al inicio del período ha sido mayor en España que en Granada, en ambos casos el aumento de la tasa de las mujeres ha sido mayor, con más diferencia en su tasa en Granada. Por tanto, la diferencia entre la tasa de empleo de España y Granada crece, siendo la mayor de la serie en el caso de los hombres y una de las mayores de la serie para las mujeres.

La situación se invierte al observar las tasas de paro (véase tabla 5.9). Granada registra valores persistentemente más elevados que el conjunto del país. Existe una gran correlación entre la tasa de paro de España y Granada, superior a las dos correlaciones anteriores, y de nuevo mayor para el caso de las mujeres. La tasa de paro en la provincia se sitúa 8,31 puntos por encima de la media nacional, con diferencias de 9,35 puntos en el caso de las mujeres y 7,55 puntos en el de los hombres.

En términos relativos, la variación con respecto al inicio del período ha supuesto un importante descenso de la tasa de paro, mayor en el caso de España que en el de Granada. Además, mientras que en España el descenso de la tasa de paro ha sido mayor en los hombres, en Granada el descenso ha sido mayor en la tasa de las mujeres. En 2024, la tasa de paro en Granada era del 19,99%, casi duplicando la media nacional (10,61%). Estas diferencias se acentúan en el caso femenino, alcanzando un 21,59% en Granada frente al 11,83% nacional.

En suma, queda patente que las tasas de actividad y empleo de Granada son menores que la media española mientras que la tasa de paro es mayor.

Tabla 5.7. Tasas de actividad de la población de España y de Granada por sexo (período 2015-2024)

	España			Granada			Diferencia España-Granada		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	58,49	63,67	53,58	56,09	61,52	50,89	2,40	2,15	2,69
2023T4	58,83	63,78	54,15	58,20	63,29	53,37	0,63	0,49	0,78
2022T4	58,40	63,70	53,39	56,77	64,91	48,96	1,63	-1,21	4,43
2021T4	58,53	63,79	53,56	57,36	64,39	50,66	1,17	-0,60	2,90
2020T4	58,19	63,30	53,35	55,52	62,24	49,03	2,67	1,06	4,32
2019T4	58,74	64,24	53,53	55,54	63,51	47,85	3,20	0,73	5,68
2018T4	58,61	64,45	53,08	55,98	63,49	48,73	2,63	0,96	4,35
2017T4	58,80	64,57	53,33	57,45	63,65	51,47	1,35	0,92	1,86
2016T4	58,95	64,80	53,41	58,35	63,85	53,05	0,60	0,95	0,36
2015T4	59,43	65,37	53,79	58,22	64,84	51,83	1,21	0,53	1,96
Promedio	58,70	64,17	53,52	56,95	63,57	50,58	1,75	0,60	2,93

Fuente: INE

Tabla 5.8. Tasas de empleo de la población de España y Granada por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Granada			Diferencia España-Granada		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	52,28	57,60	47,24	44,88	50,07	39,90	7,40	7,53	7,34
2023T4	51,89	57,14	46,93	45,63	51,06	40,47	6,26	6,08	6,46
2022T4	50,82	56,42	45,52	45,61	53,21	38,32	5,21	3,21	7,2
2021T4	50,67	56,18	45,45	45,56	50,87	40,49	5,11	5,31	4,96
2020T4	48,81	54,33	43,57	41,73	49,34	34,38	7,08	4,99	9,19
2019T4	50,64	56,38	45,21	44,61	53,16	36,36	6,03	3,22	8,85
2018T4	50,14	56,15	44,45	43,42	51,54	35,58	6,72	4,61	8,87
2017T4	49,07	54,91	43,54	42,59	48,46	36,94	6,48	6,45	6,6
2016T4	47,97	53,64	42,59	41,49	46,90	36,28	6,48	6,74	6,31
2015T4	47,01	52,63	41,68	41,44	47,60	35,51	5,57	5,03	6,17
Promedio	49,93	55,54	44,62	43,70	50,22	37,42	6,23	5,32	7,20

Fuente: INE

Tabla 5.9. Tasas de paro de la población de España y Granada por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Granada			Diferencia España-Granada		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	10,61	9,53	11,83	19,99	18,61	21,59	-9,38	-9,08	-9,76
2023T4	11,80	10,42	13,33	21,60	19,32	24,17	-9,8	-8,9	-10,84
2022T4	12,99	11,44	14,74	19,66	18,03	21,72	-6,67	-6,59	-6,98
2021T4	13,44	11,93	15,15	20,58	20,99	20,08	-7,14	-9,06	-4,93
2020T4	16,13	14,17	18,33	24,84	20,72	29,89	-8,71	-6,55	-11,56
2019T4	13,78	12,23	15,55	19,68	16,29	24,02	-5,9	-4,06	-8,47
2018T4	14,45	12,87	16,26	22,44	18,82	26,98	-7,99	-5,95	-10,72
2017T4	16,55	14,97	18,35	25,87	23,87	28,25	-9,32	-8,9	-9,9
2016T4	18,63	17,22	20,25	28,89	26,55	31,62	-10,26	-9,33	-11,37
2015T4	20,90	19,49	22,52	28,82	26,59	31,50	-7,92	-7,1	-8,98
Promedio	14,93	13,43	16,63	23,24	20,98	25,98	-8,31	-7,55	-9,35

Fuente: INE.

La tasa de actividad, paro y empleo en la Ciudad Autónoma de Ceuta

Para la ciudad autónoma de Ceuta, los datos de la Encuesta de Población Activa del INE en el periodo 2015–2024 muestran una evolución más volátil y unos resultados también más desfavorables que en el conjunto de España. La tabla 5.10 recoge las tasas de actividad de la población en Ceuta y España al final del trimestre del último año durante el periodo 2015-2024. En términos generales, la tasa de actividad en Ceuta ha sido similar o incluso superior en algunos años a la media nacional. Sin embargo, esta aparente ventaja oculta algunas diferencias por sexo. Mientras que los hombres han mantenido tasas de actividad similares o ligeramente superiores a las de España, las mujeres ceutíes han presentado tasas más bajas en la mayoría de los años analizados.

La correlación durante el periodo de la tasa de actividad de España y Ceuta es reducida (en torno al 0,3), algo mayor en el caso de la tasa de las mujeres.

La diferencia entre la tasa de actividad general, y en particular la de las mujeres, entre España y Ceuta se ha reducido considerablemente en los últimos años de la serie. Mientras que en España la tasa ha disminuido con respecto al inicio del periodo (especialmente en los hombres), en Ceuta la tasa general ha aumentado, debido al fuerte crecimiento en la tasa de actividad de las mujeres (18 %), que ha compensado el descenso registrado entre los hombres. En el último año, la tasa de actividad masculina en Ceuta ya supera a la de España.

La tabla 5.11 muestra las tasas de empleo de España y Ceuta para el último trimestre de cada año durante 2015-2024. En este caso, las diferencias respecto al conjunto de España son mucho más pronunciadas. Ceuta registra sistemáticamente tasas de empleo muy inferiores a la media nacional, con diferencias promedio de 7,95 puntos con respecto a la tasa de España. La diferencia es menor para los hombres (5,06 puntos) que para las mujeres (11,15 puntos).

La correlación entre la tasa de empleo de España y Ceuta es prácticamente nula, aunque, distinguiendo por sexo, es negativa en el caso de los hombres mientras que es positiva y mayor en el caso de las mujeres. La tasa de empleo en términos relativos ha crecido de manera similar en España para hombres y, algo más, para mujeres. Sin embargo, en Ceuta el crecimiento ha sido inferior como resultado de un aumento considerable de la tasa de empleo de las mujeres y un leve descenso en el caso de los hombres. En 2024, la tasa de empleo en Ceuta fue del 45,93% frente al 52,28% nacional. La brecha es aún mayor en el caso de las mujeres, el 36,70% en Ceuta frente al 47,24% en España.

La tabla 5.12 refleja las tasas de paro de España y Ceuta para el periodo analizado y pone en evidencia una de las principales debilidades estructurales del mercado laboral de Ceuta. Durante todo el periodo, la ciudad autónoma presenta tasas de paro muy superiores a la media nacional, con una diferencia media de 11,97 puntos, mucho mayor en el caso de las mujeres (16,4 puntos) que en el de los hombres (8,67 puntos).

La correlación entre la tasa de paro de España y de Ceuta es moderada y negativa en general y tanto en la tasa de los hombres como en la de las mujeres. Es decir, tienen una variación en sentido contrario: al aumentar el paro en una desciende en la otra. Esa correlación es mayor para la tasa de paro de las mujeres. Durante el periodo analizado el paro ha bajado tanto en España como en Ceuta, aunque en menor cantidad y en menor medida para las mujeres.

En 2024, el desempleo en Ceuta para los hombres ascendió al 21,79%, frente al 10,61% de España. Entre las mujeres, la diferencia es aún más extrema, 29,94% en Ceuta frente al 11,83% en España. La diferencia con respecto a la tasa de paro de España se acentúa a partir de 2019 cuando esa diferencia supera con creces los 10 puntos incluso los 20 puntos, especialmente en el caso de las mujeres.

En resumen, en cuanto a la ciudad autónoma de Ceuta, la tasa de actividad es parecida a la media nacional, su tasa de empleo es menor especialmente para las mujeres, mientras que la tasa de paro es superior a la media nacional, también especialmente para las mujeres.

Tabla 5.10. Tasas de actividad de la población de España y Ceuta por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Ceuta			Diferencia España-Ceuta		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	58,49	63,67	53,58	58,72	64,97	52,39	-0,23	-1,30	1,19
2023T4	58,83	63,78	54,15	59,89	63,20	56,76	-1,06	0,58	-2,61
2022T4	58,40	63,70	53,39	62,18	67,54	56,37	-3,78	-3,84	-2,98
2021T4	58,53	63,79	53,56	55,87	61,90	49,99	2,66	1,89	3,57
2020T4	58,19	63,30	53,35	56,05	62,57	49,60	2,14	0,73	3,75
2019T4	58,74	64,24	53,53	58,82	68,39	48,88	-0,08	-4,15	4,65
2018T4	58,61	64,45	53,08	55,40	63,87	47,30	3,21	0,58	5,78
2017T4	58,80	64,57	53,33	56,95	64,70	49,41	1,85	-0,13	3,92
2016T4	58,95	64,80	53,41	55,29	63,71	46,60	3,66	1,09	6,81
2015T4	59,43	65,37	53,79	55,89	67,23	44,41	3,54	-1,86	9,38
Promedio	58,70	64,17	53,52	57,51	64,81	50,17	1,19	-0,64	3,35

Fuente: INE

5.11. Tasas de empleo de la población de España y Ceuta por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Ceuta			Diferencia España-Ceuta		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	52,28	57,60	47,24	45,93	55,03	36,70	6,35	2,57	10,54
2023T4	51,89	57,14	46,93	40,33	47,41	33,64	11,56	9,73	13,29
2022T4	50,82	56,42	45,52	41,45	47,97	34,38	9,37	8,45	11,14
2021T4	50,67	56,18	45,45	38,46	45,42	31,66	12,21	10,76	13,79
2020T4	48,81	54,33	43,57	41,07	47,67	34,52	7,74	6,66	9,05
2019T4	50,64	56,38	45,21	42,59	51,11	33,74	8,05	5,27	11,47
2018T4	50,14	56,15	44,45	42,09	51,75	32,86	8,05	4,4	11,59
2017T4	49,07	54,91	43,54	42,12	51,67	32,83	6,95	3,24	10,71
2016T4	47,97	53,64	42,59	42,91	51,65	33,89	5,06	1,99	8,7
2015T4	47,01	52,63	41,68	42,90	55,15	30,49	4,11	-2,52	11,19
Promedio	49,93	55,54	44,62	41,99	50,48	33,47	7,95	5,06	11,15

Fuente: INE

Tabla 5.12. Tasas de paro de la población de España y Ceuta por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Ceuta			Diferencia España-Ceuta		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	10,61	9,53	11,83	21,79	15,30	29,94	-11,18	-5,77	-18,11
2023T4	11,80	10,42	13,33	32,66	24,99	40,73	-20,86	-14,57	-27,4
2022T4	12,99	11,44	14,74	33,34	28,98	39,00	-20,35	-17,54	-24,26
2021T4	13,44	11,93	15,15	31,17	26,61	36,66	-17,73	-14,68	-21,51
2020T4	16,13	14,17	18,33	26,74	23,81	30,40	-10,61	-9,64	-12,07
2019T4	13,78	12,23	15,55	27,58	25,26	30,96	-13,8	-13,03	-15,41
2018T4	14,45	12,87	16,26	24,02	18,97	30,53	-9,57	-6,1	-14,27
2017T4	16,55	14,97	18,35	26,03	20,13	33,54	-9,48	-5,16	-15,19
2016T4	18,63	17,22	20,25	22,39	18,93	27,28	-3,76	-1,71	-7,03
2015T4	20,90	19,49	22,52	23,25	17,98	31,34	-2,35	1,51	-8,82
Promedio	14,93	13,43	16,63	26,90	22,10	33,04	-11,97	-8,67	-16,41

Fuente: INE

La tasa de actividad, paro y empleo en la Ciudad autónoma de Melilla

La tabla 5.13 recoge las tasas de actividad de España y Melilla del último trimestre de cada año durante el período 2015-2024. Aunque en promedio la tasa de actividad en Melilla (59,34%) ha sido ligeramente superior a la española (58,70%), existen diferencias por sexo. En particular, la tasa de actividad de los hombres ha sido más elevada en Melilla (66,71%) que en el conjunto del país (64,17%), mientras que la de las mujeres ha sido inferior (51,96% frente a 53,52%). Estas diferencias son aún más acusadas en determinados años, como 2015 o 2016, donde la brecha de género se amplía notablemente.

Existe una correlación moderada y negativa entre la tasa general de actividad de España y Melilla, especialmente por la relación negativa existente entre la tasa de las mujeres. El moderado descenso de la tasa de actividad en España, tanto en hombres como en mujeres, contrasta con el incremento registrado en Melilla. Este aumento se debe principalmente al notable crecimiento de la tasa de actividad entre las mujeres melillenses, a pesar de que la tasa correspondiente a los hombres ha disminuido.

También en términos absolutos, a diferencia de lo que ocurre en el resto de España, que presenta tasa de actividad inferior al inicio, en Melilla la tasa de actividad es mayor en 2024 que en 2015, sobre todo debido al gran aumento en la tasa de actividad de las mujeres (10,75 puntos) y a pesar del descenso de la de los hombres (-6,12 puntos).

La tabla 5.14 refleja las tasas de empleo de España y Melilla durante el período 2015-2024. La tasa de empleo promedio en Melilla (43,54%) es 6,39 puntos inferior a la media española (49,93%), siendo esta diferencia más notable en el caso de las mujeres (9,22 puntos). En 2024, la tasa de empleo femenina se situó en el 38,81%, frente al 47,24% en el conjunto de España.



La correlación entre la tasa de empleo general de España y Melilla es prácticamente nula en este período, como consecuencia de que la moderada tasa negativa entre España y Melilla en el caso de los hombres se compense con la moderada tasa positiva en el caso de las mujeres. Aunque durante el período analizado la tasa de empleo ha aumentado tanto en España como en Melilla, en el caso de España este crecimiento se ha dado en ambos sexos, con mayor intensidad entre las mujeres. En cambio, en Melilla se observa una ligera disminución en la tasa de empleo de los hombres, mientras que la de las mujeres ha experimentado un aumento considerable.

La diferencia entre la tasa de empleo de España y Melilla ha crecido, especialmente desde 2022. Al final del período, la tasa de empleo en España aumentó aproximadamente 5 puntos porcentuales en términos absolutos, tanto en hombres como en mujeres, siendo el incremento ligeramente mayor en estas últimas. En Melilla, el aumento fue similar en términos globales, impulsado principalmente por un notable crecimiento en la tasa de empleo de las mujeres (11,5 puntos), que compensa ampliamente el leve descenso registrado entre los hombres (-0,34 puntos).

La tabla 5.15 sobre tasas de paro de España y Melilla referidas al último trimestre de los años del período 2015-2024. A lo largo del período analizado, Melilla ha presentado niveles de desempleo consistentemente más altos que la media nacional. En términos generales, la diferencia promedio se sitúa en 11,79 puntos porcentuales. Esta brecha es aún más pronunciada entre las mujeres, con 15,46 puntos. En 2024, la tasa de paro femenino en Melilla se elevó al 29,38%, más del doble que la registrada a nivel nacional, que fue del 11,83%.

La correlación durante el período de la tasa de paro de España y Melilla es moderada y positiva, algo mayor para el caso de las mujeres. Durante este período, la tasa de paro en España ha experimentado una disminución significativa, una tendencia que también se ha observado en Melilla, aunque con menor intensidad. En esta ciudad, la reducción del desempleo ha sido más pronunciada entre las mujeres que entre los hombres.

Al final del período, la tasa de paro en España se sitúa claramente por debajo del nivel inicial, con una reducción cercana a los 10 puntos porcentuales. En Melilla también se ha producido un descenso, aunque de menor magnitud, en torno a 7 puntos. En este caso, la caída ha sido más acusada entre las mujeres que entre los hombres.

En resumen, la ciudad autónoma de Melilla tiene una tasa de actividad similar a la media española, su tasa de empleo es inferior y su tasa de paro es mayor que la media nacional.

Tabla 5.13. Tasas de actividad de actividad de la población de España y Melilla por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Melilla			Diferencia España- Melilla		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	58,49	63,67	53,58	57,98	61,10	54,95	0,51	2,57	-1,37
2023T4	58,83	63,78	54,15	56,30	60,45	51,95	2,53	3,33	2,20
2022T4	58,40	63,70	53,39	55,22	62,93	48,28	3,18	0,77	5,11
2021T4	58,53	63,79	53,56	61,88	67,86	55,77	-3,35	-4,07	-2,21
2020T4	58,19	63,30	53,35	65,54	72,91	58,17	-7,35	-9,61	-4,82
2019T4	58,74	64,24	53,53	58,08	63,60	52,77	0,66	0,64	0,76
2018T4	58,61	64,45	53,08	62,03	69,46	54,14	-3,42	-5,01	-1,06
2017T4	58,80	64,57	53,33	60,72	70,49	50,54	-1,92	-5,92	2,79
2016T4	58,95	64,80	53,41	59,85	71,09	48,84	-0,90	-6,29	4,57
2015T4	59,43	65,37	53,79	55,78	67,22	44,20	3,65	-1,85	9,59
Promedio	58,70	64,17	53,52	59,34	66,71	51,96	-0,64	-2,54	1,56

Fuente: INE

5.14. Tasas de empleo de la población de España y Melilla por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Melilla			Diferencia España- Melilla		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	52,28	57,60	47,24	43,02	47,36	38,81	9,26	10,24	8,43
2023T4	51,89	57,14	46,93	39,65	43,93	35,17	12,24	13,21	11,76
2022T4	50,82	56,42	45,52	40,78	50,83	31,74	10,04	5,59	13,78
2021T4	50,67	56,18	45,45	45,47	52,43	38,36	5,2	3,75	7,09
2020T4	48,81	54,33	43,57	49,93	58,16	41,69	-1,12	-3,83	1,88
2019T4	50,64	56,38	45,21	42,51	50,04	35,25	8,13	6,34	9,96
2018T4	50,14	56,15	44,45	47,23	55,01	38,99	2,91	1,14	5,46
2017T4	49,07	54,91	43,54	45,77	56,07	35,04	3,3	-1,16	8,5
2016T4	47,97	53,64	42,59	43,46	55,58	31,59	4,51	-1,94	11
2015T4	47,01	52,63	41,68	37,57	47,70	27,32	9,44	4,93	14,36
Promedio	49,93	55,54	44,62	43,54	51,71	35,40	6,39	3,83	9,22

Fuente: INE

Tabla 5.15. Tasas de paro de la población de España y Melilla por sexo (periodo 2015-2024)

	España			Melilla			Diferencia España- Melilla		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
2024T4	10,61	9,53	11,83	25,80	22,48	29,38	-15,19	-12,95	-17,55
2023T4	11,80	10,42	13,33	29,57	27,33	32,30	-17,77	-16,91	-18,97
2022T4	12,99	11,44	14,74	26,15	19,23	34,27	-13,16	-7,79	-19,53
2021T4	13,44	11,93	15,15	26,51	22,73	31,22	-13,07	-10,8	-16,07
2020T4	16,13	14,17	18,33	23,83	20,24	28,33	-7,7	-6,07	-10
2019T4	13,78	12,23	15,55	26,81	21,31	33,20	-13,03	-9,08	-17,65
2018T4	14,45	12,87	16,26	23,85	20,81	27,99	-9,4	-7,94	-11,73
2017T4	16,55	14,97	18,35	24,62	20,46	30,67	-8,07	-5,49	-12,32
2016T4	18,63	17,22	20,25	27,38	21,81	35,32	-8,75	-4,59	-15,07
2015T4	20,90	19,49	22,52	32,64	29,04	38,18	-11,74	-9,55	-15,66
Promedio	14,93	13,43	16,63	26,72	22,54	32,09	-11,79	-9,12	-15,46

Fuente: INE

Nivel de formación y empleo en Andalucía y Granada

La tabla 5.16 concentra la información relativa al porcentaje de la población ocupada sobre el total de la activa en Andalucía y Granada, distribuida por sexo y niveles de formación para el período 2018-2023.

Del análisis de esta tabla se pueden obtener interesantes conclusiones que coinciden con la literatura sobre esta temática:

- A medida que se incrementa el nivel de formación aumenta el porcentaje de personas ocupadas, tanto para el total de Andalucía como para la provincia de Granada. Así, se pasa de un porcentaje promedio de personas analfabetas ocupadas en Andalucía del 58% (53,9% en Granada) al 87,1% (86,7% en Granada).
- En todos los años analizados, se observa que a mayor nivel de formación, mayor es el porcentaje de personas ocupadas. Los niveles educativos superiores registran sistemáticamente las tasas de empleo más altas, superando a los niveles educativos inferiores.
- En general, los porcentajes de personas ocupadas de Granada son inferiores a los correspondientes al total de Andalucía, aunque la diferencia es menor en los niveles superiores de formación.

- El porcentaje promedio de personas ocupadas del período de las personas con educación superior es casi 10 puntos superior a la media general de todos los niveles de formación, tanto en Andalucía como en Granada.
- Diferenciando por sexo, en general y para todas las situaciones, las conclusiones son similares con la particularidad de que los porcentajes de mujeres ocupadas son menores a los porcentajes de hombres ocupados.
- Tanto para los hombres como para las mujeres, considerados por separado, a mayor nivel de formación mayor porcentaje de personas ocupadas.
- En general, tanto para los hombres como para las mujeres considerados por separado, los porcentajes de las personas ocupadas de Granada son inferiores a los porcentajes correspondientes de Andalucía.
- En Andalucía y en Granada, tanto hombres como mujeres con estudios superiores presentan, a lo largo del período analizado, tasas de empleo casi 10 puntos por encima de la media de todos los niveles formativos.
- La diferencia del porcentaje de hombres y mujeres ocupadas es menor en los niveles superiores de formación.



Tabla 5.16. Porcentaje de personas ocupadas sobre total de activas en Andalucía y Granada según sexo y nivel de formación (CNED, 2014) (período 2018-2023)

	Territorio	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
o								
Analfabetos	Andalucía	61,6	54,3	58,9	70,4	53,2	49,4	58,0
	Granada	74,5	63,3	53,2	74,0	26,6	31,8	53,9
Educación primaria	Andalucía	63,3	67,8	67,2	66,9	68,9	69,3	67,2
	Granada	58,1	57,9	53,6	56,0	60,8	57,3	57,3
Primera etapa de educación secundaria y similar	Andalucía	71,4	72,8	72,1	72,3	75,1	76,1	73,3
	Granada	69,1	72,9	71,9	71,1	70,1	73,4	71,4
Segunda etapa de educación secundaria y educación postsecundaria no superior	Andalucía	78,3	79,7	78,0	78,1	80,7	82,0	79,5
	Granada	79,6	78,6	77,7	77,9	80,4	83,1	79,5
Educación superior	Andalucía	86,5	87,6	85,4	85,8	88,5	88,6	87,1
	Granada	85,9	87,6	84,8	86,7	88,7	87,5	86,9
TOTAL	Andalucía	77,0	78,8	77,7	78,1	80,9	81,8	79,1
	Granada	76,0	77,8	76,2	77,4	79,0	79,5	77,6
Mujeres								
Analfabetos	Andalucía	56,9	48,9	46,6	55,2	36,7	41,4	47,6
	Granada	65,9	44,5	41,1	100,0	18,5	10,3	46,7
Educación primaria	Andalucía	60,6	60,2	55,8	59,8	59,2	62,8	59,7
	Granada	52,8	46,3	40,4	55,9	56,9	54,3	51,1
Primera etapa de educación secundaria y similar	Andalucía	63,5	65,1	64,2	64,9	67,9	69,0	65,8
	Granada	63,4	66,5	64,5	64,4	66,3	66,3	65,2
Segunda etapa de educación secundaria y educación postsecundaria no superior	Andalucía	73,7	75,2	73,1	74,0	77,0	79,1	75,3
	Granada	72,4	73,7	73,6	76,1	76,0	79,5	75,2
Educación superior	Andalucía	83,3	85,0	83,0	83,1	85,9	86,6	84,5
	Granada	82,3	83,7	83,5	87,0	86,2	82,6	84,2
TOTAL	Andalucía	73,1	74,8	73,5	74,4	77,3	78,8	75,3
	Granada	72,1	73,7	72,9	76,8	76,9	75,6	74,6
Hombres								
Analfabetos	Andalucía	66,4	64,5	80,0	80,4	65,4	59,6	69,4
	Granada	77,4	93,6	100,0	70,5	43,5	51,0	72,7
Educación primaria	Andalucía	65,0	72,0	73,2	71,0	74,1	72,9	71,4
	Granada	61,6	63,3	61,5	56,1	63,2	58,9	60,8
Primera etapa de educación secundaria y similar	Andalucía	76,6	77,9	77,0	76,9	79,6	80,8	78,1
	Granada	72,7	77,0	76,2	75,2	72,2	77,9	75,2
Segunda etapa de educación secundaria y educación postsecundaria no superior	Andalucía	82,2	83,6	82,4	81,6	84,0	84,5	83,1
	Granada	85,1	82,4	80,5	79,3	84,3	86,4	83,0
Educación superior	Andalucía	89,9	90,4	88,0	88,9	91,5	90,9	89,9
	Granada	90,1	92,0	86,4	86,3	91,5	93,3	89,9
TOTAL	Andalucía	80,2	82,2	81,2	81,2	83,9	84,4	82,2
	Granada	79,2	81,0	78,9	77,9	80,8	82,8	80,1

Fuente: elaborado a partir de los datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

Nivel de formación y empleo en Ceuta y Melilla

Para una aproximación a la relación entre nivel de formación y desempleo en Ceuta y Melilla se puede recurrir a los datos de la Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional de Estadística, aunque como el propio organismo advierte los datos para Ceuta y Melilla pueden estar afectados por grandes errores de muestreo.

En cuanto al empleo, la tabla 5.17 contiene el porcentaje de personas empleadas sobre el total de activas para España, Andalucía, Ceuta y Melilla distinguiendo por sexo y nivel de formación durante el período 2021-2023. De dicha tabla, en términos generales, se desprenden las siguientes conclusiones:

- El porcentaje de personas empleadas sobre el total es mayor en España, seguido de Andalucía, Melilla y, finalmente, Ceuta.
- La tasa de empleo crece a medida que aumenta el nivel de formación, prácticamente en todos los territorios y todos los años.
- La tasa de empleo suele ser menor en el nivel de formación de analfabetos, y la mayor tasa se presenta siempre entre los de educación superior.
- La brecha entre la tasa de empleo de las personas con educación superior y la tasa media de empleo es especialmente amplia en Ceuta y Melilla. Es decir, en estas ciudades hay un porcentaje mayor de empleo entre los de educación superior.
- En todos los niveles de formación, las tasas de empleo de los hombres suelen ser superiores a las de las mujeres, manteniéndose esta diferencia de forma constante a lo largo del período analizado.
- Las diferencias entre las tasas de empleo de hombres y mujeres son menores en el nivel de educación superior.

La tabla 5.18 contiene el porcentaje de personas desempleadas sobre el total de activas para los últimos tres años según sexo y nivel de formación. Del análisis de esta tabla, en términos generales, se derivan las siguientes conclusiones:

- El porcentaje de personas desempleadas, tanto hombres como mujeres, es más bajo en España. Le siguen, en orden ascendente, Andalucía, Melilla y, en último lugar, Ceuta, que registra las tasas de paro más elevadas.
- La tasa de paro es generalmente más alta entre las personas sin ningún nivel de formación (analfabetas) y tiende a disminuir a medida que aumenta el nivel educativo. No obstante, se observan algunas excepciones, como en el caso de la educación secundaria con orientación profesional, donde la tasa de desempleo no sigue esta tendencia descendente de forma tan clara.
- La tasa de paro del nivel de educación superior es la menor de todos los niveles de formación, para todos los años y para todos los territorios.
- Las tasas de paro de las mujeres prácticamente en todos los años, para todos los niveles de formación y para todos los territorios, es mayor que la tasa de paro de los hombres.
- Las diferencias entre las tasas de paro de hombres y mujeres son menores en el nivel de educación superior.

Tabla 5.17. Porcentaje de personas empleadas sobre total de activas en España, Andalucía, Ceuta y Melilla según sexo y nivel de formación (datos del último trimestre del período 2021-2023)

	2023T4				2022T4				2021T4			
	España	Andalucía	Ceuta	Melilla	España	Andalucía	Ceuta	Melilla	España	Andalucía	Ceuta	Melilla
Ambos sexos												
Total	88,2	82,4	71,6	72,4	87,1	81,0	69,5	78,8	86,7	79,8	73,0	79,6
Analfabetos	63,6	49,7	50,0	50,0	64,8	58,3	33,3	--	72,3	72,8	-	50,0
Primarios incomp.	76,1	69,6	50,0	16,7	78,5	74,9	100,0	100,0	73,5	76,5	-	42,9
Educación primaria	77,4	71,6	51,1	35,7	72,3	68,0	46,8	41,4	73,6	67,8	43,8	48,5
Etapas 1 E.2ªar	84,5	76,6	62,3	65,7	82,5	75,9	62,6	73,6	81,3	74,4	75,0	73,5
Etapas 2 general	87,3	82,3	75,5	78,9	86,0	79,6	73,9	74,1	85,8	80,8	80,0	82,1
Etapas 2 profesional	86,5	81,3	82,1	80,0	86,6	80,5	76,7	77,3	85,3	77,9	60,6	67,4
E. superior	92,5	89,2	89,8	88,2	92,1	88,0	89,1	90,4	92,2	86,9	79,6	92,6
Hombres												
Total	89,7	85,1	78,2	73,2	88,7	83,6	74,3	84,0	88,2	82,8	79,4	80,5
Analfabetos	73,5	55,4	-	-	76,9	85,8	-	-	85,0	78,6	-	100,0
Primarios incomp.	80,8	73,9	100,0	100,0	82,1	83,5	100,0	100,0	79,6	83,6	-	-
Educación primaria	78,0	73,7	62,5	35,0	74,6	73,5	54,3	54,5	76,3	72,1	42,9	57,1
Etapas 1 E.2ªar	87,2	81,0	72,2	67,1	85,4	79,2	78,3	83,9	84,6	78,8	82,8	70,4
Etapas 2 general	88,9	84,7	80,6	75,0	88,1	83,4	67,5	80,6	88,1	85,0	87,5	77,1
Etapas 2 profesional	88,6	85,1	86,7	75,0	88,9	81,6	76,2	94,4	86,9	79,2	66,7	76,0
E. superior	93,8	91,9	95,2	88,6	93,5	90,8	90,9	91,4	93,2	89,9	84,4	95,2
Mujeres												
Total	86,6	79,3	64,3	71,5	85,4	78,0	63,4	72,6	85,0	76,3	65,4	78,6
Analfabetos	46,5	43,5	66,7	50,0	42,1	11,9	33,3	-	44,1	61,4	-	-
Primarios incomp.	69,4	62,7	-	-	72,5	61,5	100,0	-	62,5	63,2	-	60,0
Educación primaria	76,4	67,5	28,6	36,4	68,5	56,7	25,0	33,3	69,2	60,3	45,5	42,1
Etapas 1 E.2ªar	80,3	70,0	50,7	58,6	78,2	70,6	33,3	53,1	76,2	67,7	57,1	79,3
Etapas 2 general	85,6	79,4	64,7	92,9	83,7	75,0	82,1	66,7	83,2	74,8	71,4	86,4
Etapas 2 profesional	84,0	77,3	79,2	85,0	83,8	79,5	69,6	65,4	83,5	76,7	57,1	55,6
E. superior	91,3	86,8	84,2	87,8	90,9	85,5	88,1	90,7	91,3	84,3	75,5	89,2

Fuente: elaborado a partir de los datos del INE

Tabla 5.18. Porcentaje de personas paradas sobre total de activas en España, Andalucía, Ceuta y Melilla según sexo y nivel de formación (datos del último trimestre del período 2021-2023)

	2023T4				2022T4				2021T4			
	España	Andalucía	Ceuta	Melilla	España	Andalucía	Ceuta	Melilla	España	Andalucía	Ceuta	Melilla
Ambos sexos												
Total	11,8	17,6	28,4	27,3	12,9	19,0	30,5	21,2	13,3	20,2	26,7	20,1
Analfabetos	36,4	49,7	50,0	50,0	35,2	41,7	100,0	100,0	27,7	26,8	--	50,0
Primarios incomp.	23,9	30,6	50,0	83,3	21,5	25,3	--	--	26,5	23,5	--	57,1
Educación primaria	22,6	28,5	48,9	64,3	27,7	32,0	53,2	58,6	26,4	32,2	56,3	51,5
Etapas 1 E.2ªar	15,5	23,4	37,7	35,4	17,5	24,1	38,0	26,4	18,7	25,6	25,0	25,3
Etapas 2 general	12,7	17,7	22,6	18,4	14,0	20,4	26,1	25,9	14,2	19,2	18,7	17,9
Etapas 2 profesional	13,5	18,7	17,9	20,0	13,4	19,5	25,6	20,5	14,7	22,1	39,4	32,6
E. superior	7,5	10,8	10,2	12,5	7,9	12,0	12,0	9,6	7,8	13,1	20,4	7,4
Hombres												
Total	10,3	14,9	21,8	26,8	11,3	16,4	25,7	15,5	11,8	17,2	20,6	19,5
Analfabetos	26,7	44,6	100,0	--	23,1	14,2	--	100,0	15,2	21,4	--	--
Primarios incomp.	19,2	25,7	--	--	17,9	16,5	--	--	20,4	16,4	--	100,0
Educación primaria	22,0	26,3	37,5	65,0	25,4	26,5	45,7	45,5	23,7	27,8	57,1	50,0
Etapas 1 E.2ªar	12,8	19,0	27,8	32,9	14,6	20,8	22,6	16,1	15,4	21,2	17,2	29,6
Etapas 2 general	11,1	15,3	16,7	25,0	11,9	16,6	32,5	22,2	11,9	15,0	12,5	22,9
Etapas 2 profesional	11,4	14,9	13,3	20,0	11,1	18,4	23,8	5,6	13,1	20,8	33,3	24,0
E. superior	6,2	8,1	4,8	11,4	6,5	9,2	9,1	8,6	6,8	10,1	15,6	4,8
Mujeres												
Total	13,4	20,7	35,7	27,9	14,6	22,0	36,6	27,4	15,0	23,7	34,6	21,4
Analfabetos	53,5	56,5	33,3	50,0	57,9	89,6	100,0	--	55,9	39,8	--	100,0
Primarios incomp.	30,7	36,9	100,0	100,0	27,5	38,2	--	--	37,5	36,8	--	40,0
Educación primaria	23,6	32,5	78,6	63,6	31,5	43,1	66,7	66,7	30,8	39,7	54,5	57,9
Etapas 1 E.2ªar	19,7	30,0	49,3	41,4	21,8	29,4	66,7	43,8	23,8	32,3	42,9	20,7
Etapas 2 general	14,4	20,6	35,3	7,1	16,3	25,0	17,9	33,3	16,8	25,2	28,6	13,6
Etapas 2 profesional	16,0	22,7	20,8	15,0	16,2	20,5	26,1	30,8	16,5	23,3	42,9	44,4
E. superior	8,7	13,2	15,8	12,2	9,1	14,5	11,9	9,3	8,7	15,7	24,5	9,7

Fuente: elaborado a partir de los datos del INE

Notas: Los resultados de Ceuta y Melilla deben tomarse con precaución porque pueden estar afectados por grandes errores de muestreo.

5.3. Tasas de afiliación de los egresados y diferencias por nivel educativo, sexo y área de conocimiento

El análisis de la tasa de afiliación a la Seguridad Social proporciona una medida objetiva del grado de inserción laboral de los egresados universitarios. A continuación, se presenta un análisis de la evolución de esta tasa para los egresados de grado y de máster de la Universidad de Granada, con especial atención a las diferencias por sexo, área de conocimiento y comparación con las universidades públicas andaluzas y españolas. La fuente de información utilizada para este análisis ha sido los datos del Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU) que publica la Secretaría General de Universidades, del Ministerio de Ciencia y Universidades.

Afiliación tras los estudios de Grado

A los cuatro años de finalización de los estudios de grado, las personas egresadas de la UGR alcanzan una tasa de afiliación a la Seguridad Social del 70,4%, con un valor mínimo en la rama de Artes y Humanidades del 52,9%, y un valor máximo en la rama de Ingeniería y Arquitectura del 83,5% (véase tabla 7,19).

Cuatro años después de finalizar los estudios, la tasa de afiliación de los titulados de la UGR se sitúa, en promedio, unos 3 puntos por debajo de la media de las universidades públicas andaluzas, siendo la diferencia mayor en Artes y Humanidades (-3,97 puntos) y menor en Ciencias de la Salud (-0,53 puntos). En comparación con las universidades públicas españolas, la brecha es aún más acusada: la tasa de afiliación de la UGR es, en promedio, 7,8 puntos inferior, con diferencias que oscilan entre -11,85 puntos en Artes y Humanidades y -1,34 puntos en Ingeniería y Arquitectura. En ambos casos, tanto respecto a las universidades andaluzas como españolas, la diferencia es más amplia durante el primer año tras la graduación y tiende a reducirse progresivamente a lo largo del período de cuatro años analizado.

La tasa de afiliación de las personas egresadas de grado de la UGR aumenta significativamente con el paso del tiempo (véase tabla 5.19). En el caso del conjunto del estudiantado (ambos sexos), se pasa de un 40,7% un año después de graduarse, a un 70,4% cuatro años después, lo que supone una subida de 30 puntos porcentuales. Esta evolución positiva se observa de manera consistente en todas las ramas de conocimiento, siendo especialmente alta en Ingeniería y Arquitectura (83,5% en el cuarto año) y Ciencias de la Salud (79,9%). Por otro lado, ciencias es la rama que más incrementa (42 puntos) junto con Ingeniería y Arquitectura (sube casi 35 puntos), mientras que Ciencias Sociales y Jurídicas solamente lo hace en 25,3 puntos.

El crecimiento de la tasa de afiliación media de las universidades públicas en su conjunto es ligeramente inferior al registrado por la UGR, que alcanza un aumento de 27,7 puntos porcentuales a lo largo del período analizado. Sin embargo, este patrón varía según la rama de conocimiento: en Ciencias, el incremento de las universidades públicas supera al de la UGR (47 puntos frente a un crecimiento menor en esta); en Ciencias Sociales y Jurídicas, el comportamiento es similar en ambos casos. Por el contrario, en el resto de las ramas, el crecimiento de la UGR es superior, destacando especialmente Ingeniería y Arquitectura, con una diferencia cercana a los 10 puntos, y Artes y Humanidades, con casi 5 puntos de diferencia a favor de la UGR. En general, durante el periodo analizado la tasa de promedio de las universidades públicas españolas crece menos que la de la UGR (también menos que las universidades públicas andaluzas).

Al considerar la diferencia por sexo, al cuarto año, la tasa de afiliación femenina alcanza el 69,8%, que varía entre el 55% en Artes y Humanidades y el 78,9% en Ciencias de la Salud. En el caso de los hombres, llega al 71,4%, oscilando entre el 48,5% de Artes y Humanidades y el 85,3% de Ingeniería y Arquitectura (véase tabla 5.19). Las mujeres egresadas de la UGR tienen una tasa general de afiliación inferior a la de los hombres, tras cuatro años de la finalización de los estudios de grado. Esa diferencia es desigual por áreas científicas. Así, mientras la tasa de los hombres y mujeres es similar en Ciencias Sociales y Jurídicas (0,59 puntos más para las mujeres) y Ciencias (-0,72 puntos para las mujeres), es muy inferior a la de las mujeres en Ciencias de la Salud (-3,67 puntos) y aún más para Ingeniería y Arquitectura (-6,18 puntos). Por el contrario, la tasa de afiliación de las mujeres en Artes y Humanidades es muy superior a la de los hombres, en concreto 6,50 puntos más.

Tras cuatro años de la finalización de los estudios, la tasa de afiliación de las mujeres aumenta 29,28 puntos respecto a la del primer año, algo menos que la de los hombres que lo hace 30,47 puntos. En ese período, la tasa de afiliación de las mujeres ha aumentado bastante más que la de los hombres en Ingeniería y Arquitectura (5,24 puntos más) y Artes y Humanidades (6,28 puntos más) mientras que ha aumentado menos que la de los hombres en Ciencias de la Salud (4,79 puntos menos) y Ciencias (5,83 puntos menos), siendo el dato de Ciencias Sociales y Jurídicas muy similar por sexo.

El crecimiento de la tasa de afiliación para las egresadas de la UGR entre el primer y cuarto año es mayor que la media de las universidades públicas, sobre todo en Ingeniería y Arquitectura y Artes y Humanidades, lo contrario que en Ciencias. Lo mismo sucede con respecto a la media de las universidades públicas españolas, es el mismo patrón pero más acentuado.

En cuanto a los egresados, el crecimiento de la tasa de afiliación de la UGR también es mayor, con más diferencia (3,28 puntos), que el de las universidades públicas andaluzas. Especialmente, es destacable la diferencia de crecimiento en Ingeniería y Arquitectura y Ciencias de la Salud. Aún mayor es la diferencia con respecto al crecimiento experimentado por las universidades públicas españolas, destacando las mismas áreas.



Tabla 5.19. Tasa de afiliación a la Seguridad Social de los egresados y egresadas de grado de la UGR, universidades públicas de Andalucía y del conjunto de universidades públicas españolas, entre uno y cuatro años después de la graduación, según sexo y área de conocimiento. Diferencias de la UGR respecto a los promedios andaluz y nacional

Ambos sexos	Años	Total	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ingeniería y Arquitectura	Artes y Humanidades	Ciencias de la Salud	Ciencias
UGR	1	40,68	42,54	48,64	19,68	50,20	32,21
	2	52,03	48,93	67,74	30,65	67,94	47,00
	3	64,92	59,49	78,97	49,25	79,25	68,37
	4	70,41	67,81	83,47	52,90	79,85	74,23
UGR - UUPP de ANDALUCÍA	1	-5,01	-3,00	-11,90	-8,71	-2,45	4,04
	2	-4,06	-3,83	-5,23	-4,73	-0,05	0,09
	3	-2,89	-3,27	-4,82	-4,11	0,52	-0,55
	4	-2,97	-2,96	-2,20	-3,97	-0,53	-0,95
UGR - UUPP DE ESPAÑA	1	-12,88	-12,47	-13,03	-15,58	-8,27	-2,93
	2	-11,67	-12,81	-4,32	-13,79	-6,40	-5,89
	3	-9,23	-11,29	-3,62	-10,60	-3,51	-3,02
	4	-7,80	-8,43	-1,24	-11,85	-4,26	-2,89
Mujeres	Años	Total	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ingeniería y Arquitectura	Artes y Humanidades	Ciencias de la Salud	Ciencias
UGR	1	40,55	42,78	40,64	19,75	50,50	34,34
	2	51,31	48,82	67,91	30,02	66,70	48,37
	3	64,28	59,01	77,01	50,08	78,50	69,92
	4	69,83	68,02	79,14	54,98	78,87	73,93
UGR - UUPP DE ANDALUCÍA	1	-4,14	-2,55	-15,46	-9,87	-2,14	4,73
	2	-3,69	-3,32	-2,48	-7,31	-1,39	-0,34
	3	-2,32	-3,30	-2,92	-4,18	-0,59	-1,33
	4	-2,83	-2,75	-5,28	-2,00	-2,10	-2,17
UGR - UUPP DE ESPAÑA	1	-12,72	-12,63	-15,77	-16,56	-9,27	-2,12
	2	-12,08	-13,23	-1,19	-15,76	-7,90	-6,04
	3	-9,39	-11,85	-3,66	-10,97	-4,75	-2,40
	4	-8,18	-8,73	-3,75	-10,74	-5,75	-3,71
Hombres	Años	Total	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ingeniería y Arquitectura	Artes y Humanidades	Ciencias de la Salud	Ciencias
UGR	1	40,91	42,11	52,06	19,53	49,38	29,23
	2	53,25	49,11	67,66	31,99	71,32	45,07
	3	66,00	60,34	79,82	47,47	81,30	66,20
	4	71,38	67,43	85,32	48,48	82,54	74,65
UGR - UUPP DE ANDALUCÍA	1	-6,36	-3,88	-9,97	-6,51	-2,42	2,82
	2	-4,55	-4,98	-6,09	0,30	1,41	2,20
	3	-3,69	-3,39	-5,17	-3,81	2,08	1,44
	4	-3,08	-3,37	-0,83	-7,77	2,38	0,43
UGR - UUPP DE ESPAÑA	1	-13,06	-12,16	-11,59	-13,61	-5,54	-4,33
	2	-10,91	-12,07	-5,51	-9,76	-2,28	-6,00
	3	-8,86	-10,29	-3,50	-9,95	-0,12	-4,06
	4	-7,11	-7,88	-0,08	-14,32	-0,17	-1,85

Fuente: elaborado a partir de los datos del Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU). Secretaría General de Universidades



Afiliación tras los estudios de máster

Para el caso de los egresados y egresadas de máster, en comparación con el promedio de universidades públicas andaluzas, las tasas de la UGR se sitúan por debajo en todos los años de estudio, aunque con diferencias más moderadas que en el caso de los estudios de grado (véase tabla 5.20). En el cuarto año, la diferencia respecto a Andalucía es de -2,78 puntos. En cambio, cuando se compara con las universidades públicas españolas, la UGR muestra una mejor posición relativa en los últimos años. De hecho, al cuarto año la UGR supera en 2,79 puntos a la media nacional, destacando en Ingeniería (7,15) y Ciencias (2,89).

Cuando los datos se analizan en función del sexo, la evolución es similar en hombres y mujeres. En ambos casos, las diferencias respecto a otras universidades se reducen con el tiempo. Al cuarto año, las egresadas de máster en la UGR presentan una tasa de afiliación del 69,7%, similar a la de los hombres (69,8%). La tasa de las mujeres mejora, especialmente, en Ciencias de la Salud y Ciencias, situándose por encima de la media nacional.

Como ocurre con los estudios de grado, las áreas con menor tasa de afiliación tras los estudios de máster son Artes y Humanidades (53,9%) y, en menor medida, Ciencias Sociales y Jurídicas (70,6%). No obstante, incluso en estas ramas se aprecia una tendencia al alza.

A los cuatro años de finalización de los estudios de máster, las personas egresadas de máster de la UGR alcanzan una tasa de afiliación a la Seguridad Social del 69,8%, (habiendo comenzado el primer año con una de tasa del 44,9%), con un valor mínimo en Artes y Humanidades (53,9%), y un valor máximo en Ingeniería y Arquitectura (78,2%) (véase tabla 5.20).

Las personas egresadas de la UGR presentan tasas de afiliación inferiores a las tasas medias de las universidades públicas andaluzas, en conjunto y en todas las ramas, a excepción de Ciencias al final del período. La diferencia media es de -2,78 puntos, destacando la diferencia en Ciencias de la Salud (-3,95 puntos) y, más aún, en Artes y Humanidades (-7,38 puntos). Por el contrario, esa diferencia es positiva para la UGR en Ciencias.

Respecto a las universidades públicas presenciales españolas, la tasa de afiliación general de la UGR es inferior en los dos primeros años, si bien esta tendencia se invierte en los dos siguientes. Así, al final del período la tasa de la UGR supera a la media española en conjunto y para la mayoría de las áreas científicas (especialmente Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura), a excepción de Artes y Humanidades y Ciencias de la Salud.

Entre el principio y el final del período, la tasa de afiliación de egresados de máster aumenta casi 25 puntos, crecimiento que es menor al aumento de la tasa de grado. Esta tendencia se da en todas las áreas científicas, aunque con distinta intensidad. Los másteres de Ingeniería y Arquitectura son los que menos aumentan (no llegan a 20 puntos), mientras que pasan de 25 puntos los de Ciencias de la Salud y, sobre todo, Ciencias Sociales y Jurídicas.

El crecimiento de la tasa de afiliación media de las universidades públicas en conjunto es 4,24 puntos menor que el de la UGR, alcanzando 20,62 puntos. Para todas las ramas científicas el ritmo de crecimiento de la tasa de la UGR es mayor que la media andaluza, en particular en Artes y Humanidades (6,27 puntos) e Ingeniería y Arquitectura (5,87 puntos).

La tasa de promedio de las universidades públicas españolas crece mucho menos que la de la UGR (y también que las universidades públicas andaluzas). El crecimiento de la tasa de afiliación de la UGR es de más de 12 puntos superior al de las universidades españolas, y es así para todas las ramas variando entre los 8,28 puntos de diferencia en Artes y Humanidades y los 13,59 en Ciencias Sociales y Jurídicas.

Si se distingue por sexo, al cuarto año, la tasa de afiliación femenina alcanza el 69,7%, prácticamente lo mismo que en grado, oscilando entre el 52% en Artes y Humanidades y el 74,8 de Ingeniería y Arquitectura, cifras parecidas al grado. En el caso de los hombres llega al 69,8%, algo menos que en grado y muy similar al caso de las mujeres, oscilando entre el 57,3% de Artes y Humanidades y el 80,2% de Ingeniería y Arquitectura (véase tabla 5.20).

Aunque al final del período la tasa de afiliación general de hombres y mujeres egresados de la UGR es muy similar, esta aparente igualdad oculta diferencias por ramas de conocimiento. En Ingeniería y Arquitectura y en Artes y Humanidades, las mujeres presentan tasas de afiliación notablemente inferiores a las de los hombres, con brechas de -5,4 y -5,3 puntos porcentuales, respectivamente. En cambio, en Ciencias de la Salud, las mujeres superan a los hombres en 5,55 puntos, reflejando un comportamiento desigual según el área de estudio.

Tras cuatro años de finalización de los estudios, la tasa de afiliación de las mujeres aumenta prácticamente lo mismo que la de los hombres, 24,79 frente a 24,97 puntos, respecto a la del primer año. En ese período, la tasa de afiliación de las mujeres ha aumentado bastante más que la de los hombres en Ciencias (5,39 puntos), pero ha crecido menos que la de los hombres en Ingeniería y Arquitectura (-4,01 puntos) y Artes y Humanidades (-4,10 puntos).

Por otro lado, el crecimiento de la tasa de afiliación entre el primer y el cuarto año tras la graduación es mayor para las egresadas de la UGR en comparación con la media de las universidades públicas andaluzas, con una diferencia cercana a los 4 puntos porcentuales. Este comportamiento se repite en todas las ramas científicas. Al comparar con el promedio de las universidades públicas españolas, se observa el mismo patrón, aunque de forma aún más marcada: el crecimiento de la afiliación entre las egresadas de la UGR supera al promedio nacional en casi 12 puntos porcentuales.

En el caso de los egresados, el crecimiento de la tasa de afiliación entre el primer y el cuarto año tras la graduación también ha sido mayor en la UGR que en el conjunto de las universidades públicas andaluzas, con una diferencia de 4,78 puntos porcentuales. Este incremento es especialmente significativo en las ramas de Ingeniería y Arquitectura y Artes y Humanidades.

La diferencia es aún más pronunciada al compararse con las universidades públicas españolas, donde el crecimiento de la tasa de afiliación en la UGR supera en casi 14 puntos al promedio nacional, destacando nuevamente la rama de Ingeniería y Arquitectura como la de mayor diferencia. En general, el aumento en la afiliación ha sido ligeramente mayor entre los hombres que entre las mujeres.

En definitiva, pasados cuatro años de finalización de los estudios de grado la tasa de afiliación la UGR es del 70,4%, que asciende al 80% en Ciencias de la Salud y de Ingeniería y Arquitectura, pero muy inferior en las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas y, especialmente, en Arte y Humanidades.

La tasa de afiliación para los/as egresados/as de la UGR es menor a la media andaluza y española, aunque durante el periodo de cuatro años analizado aumenta a más ritmo.

Tabla 5.20. Tasa de afiliación a la Seguridad Social de los egresados y egresadas de máster de la UGR, universidades públicas de Andalucía y del conjunto de universidades públicas españolas, entre uno y cuatro años después de la graduación, según sexo y área de conocimiento. Diferencias de la UGR respecto a los promedios andaluz y nacional

Ambos sexos	Años	Total	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ingeniería y Arquitectura	Artes y Humanidades	Ciencias de la Salud	Ciencias
UGR	1	44,92	42,47	61,35	30,59	56,82	43,46
	2	56,25	55,29	68,71	42,16	64,25	56,81
	3	66,99	68,72	74,23	47,65	74,09	67,80
	4	69,78	70,62	78,22	53,92	75,99	70,42
UGR - UUPP de ANDALUCÍA	1	-7,02	-5,43	-5,85	-13,64	-8,83	-2,51
	2	-6,06	-4,82	-4,16	-11,03	-7,68	-2,43
	3	-3,59	-1,00	-3,22	-11,98	-5,46	2,39
	4	-2,78	-1,91	0,02	-7,38	-3,95	2,99
UGR - UUPP DE ESPAÑA	1	-9,30	-7,52	-5,37	-8,95	-11,10	-8,79
	2	-3,85	-1,84	0,42	-3,10	-8,84	-3,65
	3	1,53	5,25	3,48	-4,11	-3,02	1,45
	4	2,79	5,33	7,15	-1,28	-1,79	2,89
Mujeres	Años	Total	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ingeniería y Arquitectura	Artes y Humanidades	Ciencias de la Salud	Ciencias
UGR	1	44,95	42,93	60,50	30,15	58,97	42,35
	2	55,79	55,99	64,71	40,31	65,60	54,59
	3	66,77	69,22	73,11	46,46	75,18	65,31
	4	69,74	71,11	74,79	52,00	77,64	71,94
UGR - UUPP DE ANDALUCÍA	1	-5,97	-4,16	-1,24	-15,83	-8,93	0,91
	2	-6,19	-4,21	-3,76	-14,59	-7,82	-2,03
	3	-3,25	0,04	-0,87	-15,13	-5,10	1,17
	4	-2,16	-0,94	0,07	-11,39	-2,51	5,90
UGR - UUPP DE ESPAÑA	1	-8,36	-6,97	-2,80	-10,63	-10,34	-9,62
	2	-3,78	-1,53	-0,27	-5,13	-8,41	-5,09
	3	1,80	5,72	5,77	-5,56	-2,92	-0,48
	4	3,16	5,77	6,99	-3,12	-1,12	5,16
Hombres	Años	Total	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ingeniería y Arquitectura	Artes y Humanidades	Ciencias de la Salud	Ciencias
UGR	1	44,88	41,72	61,84	31,35	51,74	44,62
	2	56,94	54,14	71,01	45,41	61,05	59,14
	3	67,32	67,90	74,88	49,73	71,51	70,43
	4	69,85	69,82	80,19	57,30	72,09	68,82
UGR - UUPP DE ANDALUCÍA	1	-8,37	-7,56	-7,55	-6,97	-9,27	-2,06
	2	-5,67	-5,79	-2,75	-1,12	-8,02	-0,35
	3	-3,98	-2,77	-3,31	-6,13	-7,55	3,25
	4	-3,62	-3,50	0,59	-0,04	-6,81	-1,02
UGR - UUPP DE ESPAÑA	1	-10,52	-8,40	-6,53	-5,92	-12,66	-7,91
	2	-3,84	-2,42	1,13	0,48	-9,71	-2,11
	3	1,24	4,48	2,49	-1,56	-3,09	3,51
	4	2,34	4,60	7,54	1,97	-3,22	0,53

Fuente: elaborado a partir de los datos del Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU). Secretaría General de Universidades





6

Estimación de la recaudación derivada del capital humano generado por la UGR, diferenciando entre Granada, Ceuta y Melilla

6.1. Contribución fiscal de las personas egresadas de la UGR

La contribución fiscal de los egresados universitarios a la Hacienda Pública constituye una de las manifestaciones más directas del valor económico que genera la Universidad en su entorno. A partir de los datos fiscales del impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF) y del impuesto sobre el valor añadido (IVA), se ha estimado la diferencia en la recaudación atribuible al nivel universitario en comparación con el nivel educativo de secundaria. Este cálculo se ha realizado para la cohorte de egresados de 2023 de la UGR, lo que permite aproximar la contribución adicional a la Hacienda Pública derivada de una mayor formación académica.

Como se ha mostrado en apartados anteriores, una persona con estudios universitarios tiene mayor nivel de ingresos salariales que otra con menor nivel. Por esta razón, dicha persona también realizará una mayor contribución fiscal. Esta contribución se estimará a partir del IRPF y del IVA. El cálculo se hará bajo los supuestos estándar que implican las mismas condiciones para dos personas en las que solamente diferenciamos su nivel de formación, una con un nivel de formación de titulado universitario y otras con un nivel de formación secundaria. También se establece el supuesto de que la tasa de actividad, empleo y paro o las incidencias por bajas o incapacidades laborales (transitoria o definitiva) son las mismas para los dos niveles de formación. Se trata de un escenario que puede considerarse conservador, ya que en la realidad, un mayor nivel de formación suele asociarse con tasas de actividad y empleo más altas, así como con una menor tasa de desempleo, tal como se ha podido comprobar. Del mismo modo, también tienden a ser menores las incidencias de bajas laborales y situaciones de incapacidad entre las personas con formación universitaria.

Bajo estos supuestos, y con la información disponible, es posible estimar la mayor contribución fiscal de las personas egresadas de la UGR y, por tanto, de la actividad de formación de la UGR con respecto al nivel de formación anterior.

6.2. Procedimiento seguido para estimar la diferencia de contribución entre el nivel de formación universitaria y secundaria en IRPF y en IVA

Para la estimación de la diferencia de renta se parte de la Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial 2022 del INE, con los valores referidos al año 2023 actualizados teniendo en cuenta la inflación. De dicha encuesta se toma la ganancia media anual (ambos sexos, hombre y mujer) tanto para el nivel de educación secundaria como para el nivel de licenciados y similares y doctores universitarios, en donde se incluye graduados universitarios, licenciados y másteres. Además de por el nivel de educación, existe diferencia en la ganancia media según sexo y según territorio. Por ejemplo, la ganancia media de España es superior a la de Andalucía. Por tanto, hay que tener en cuenta dónde terminan residiendo los egresados de la UGR. Así para el campus de Granada se han distinguido tres categorías, los que residen en la provincia de Granada, los que lo hacen en Andalucía (incluida la provincia de Granada), y los que residen en otros lugares: el resto de España para los que residen en cualquier otra provincia fuera de Andalucía, incluyendo el extranjero. Para estos últimos se utilizan los datos de ganancia media de España al no disponer de un dato similar para otros países.



Asimismo, para Ceuta y Melilla, con una situación fiscal especial tanto en IRPF como por no tener IVA, se distinguen entre los egresados que residen en esas ciudades, los que residen en Andalucía y los que lo hacen en el resto de España, incluyendo extranjero, y utilizando la ganancia media de Andalucía o la media de España, según la categoría. Esta es una restricción imprescindible para de forma *proxy* realizar una estimación. La tabla 6.1 muestra el reparto por provincias. Los porcentajes se han obtenido como un promedio obtenido de 6 estudios de opinión de personas egresadas de la UGR.

En el conjunto de España, para ambos sexos, quienes tienen una titulación universitaria (grado, licenciatura, máster o doctorado) presentan una ganancia media un 65,8% superior a la media general española, y un 88% superior a la de las personas con educación secundaria (véase tabla 6.2). En caso de Andalucía esa diferencia es mayor, concretamente del 74,6% respecto a la media andaluza y del 92,7% respecto a educación secundaria. Está claro que el nivel de estudios universitarios proporciona una ganancia media mayor al nivel de estudios secundarios, la diferencia es mayor en Andalucía que en España.

Por sexo, para el conjunto de España y, en general, los hombres tienen una ganancia media un 20,6% mayor a la de las mujeres. Para el nivel de estudios de secundaria esa diferencia llega a ser del 35,4% a favor de los hombres y en el caso de educación universitaria del 20,8%. Si se toma como referencia el territorio de Andalucía, se observa que los hombres presentan, en promedio, una ganancia un 8,8 % superior a la de las mujeres. Esta brecha varía según el nivel educativo: alcanza el 16,7 % entre quienes tienen educación secundaria y se reduce al 8,6 % entre quienes poseen formación universitaria. Aunque los hombres ganan más que las mujeres en ambos niveles educativos, esta diferencia es aún más marcada en el conjunto de España que en Andalucía (tabla 6.2).

En términos generales, para ambos sexos la ganancia media en España supera a la de Andalucía en un 12,1%. Para el caso de la educación secundaria es un 8,9% superior y para la educación universitaria un 6,4%. En el caso de las mujeres las cifras son parecidas, las españolas, en general, ganan un 12,5% más que las andaluzas que se cambia a un 10,3% y 5,4%, respectivamente para el nivel de educación secundaria y universitaria. En el caso de los hombres, en general los españoles ganan un 12,3% más que los andaluces, siendo ese porcentaje un 7,6% para la educación secundaria y un 8,2% para la universitaria (véase tabla 6.2).

Para las diferentes combinaciones de sexo (hombre, mujer), nivel de estudios (secundarios, universitarios) y lugar de trabajo (ciudad, Andalucía y España) se estima la cuota resultante de autoliquidación del IRPF para una persona estándar: soltero/a, sin otros ingresos, sin otras circunstancias personales por número de hijos, condición de propietario o no de vivienda, u otras circunstancias. Estos son supuestos de nuevo conservadores, pero necesarios para la realización de la estimación con la información disponible. Tampoco se toma en consideración el impuesto sobre patrimonio.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, utilizando la aplicación de la Agencia Tributaria para la Renta 2023 en el caso de España y tomando como referencia la comunidad de Madrid que es donde hay más egresados de la UGR fuera de Andalucía, una universitaria contribuiría con 5.622 € más por IRPF que una mujer con educación secundaria, dado que su renta casi se duplica (véase tabla 6.3). Mientras que en el caso de los hombres esa cantidad asciende a 6.674 €, debido a que la diferencia de renta asociada al nivel de educación alcanza el 71%. Los hombres pagarían por IRPF un 18% más que las mujeres por la diferencia de renta.

En el caso de Andalucía, las mujeres universitarias contribuirían con 6.121 € más que las que tienen educación secundaria, puesto que la diferencia de renta es algo menor que en el caso de España. Por otra parte, los hombres universitarios contribuirían con 6.274 € más que los de formación secundaria por la diferencia de renta (véase tabla 6.3). En este caso la diferencia a pagar también es mayor para los hombres, aunque ahora por una cuantía bastante menor, solo supone un 1,7% del importe de las mujeres.

Para estimar la diferencia en la contribución fiscal del IVA entre universitarios y educación secundaria, se utiliza la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE para 2023 que proporciona el reparto del gasto medio de los hogares según categorías de productos para toda España y para Andalucía. A tales categorías de productos y servicios se le aplica el tipo de IVA correspondiente, por lo que de esta manera se obtiene la aproximación a lo que se recauda por IVA en el caso de una persona con estudios secundarios respecto a otra con estudios universitarios.

Tabla 6.1. Distribución media de los últimos 6 años disponibles de los egresados de la UGR (en %)

Residencia egresados/as	Mujeres	Hombres
Almería	4,9	4,8
Cádiz	3,2	3,1
Córdoba	4,7	3,6
Granada	44,8	45,1
Huelva	0,5	0,4
Jaén	5,8	5,3
Málaga	7,0	7,6
Sevilla	3,1	3,6
Total Andalucía	74,0	73,5
Ceuta	1,3	1,1
Melilla	1,7	1,3

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta de opinión de los egresados de la UGR

Tabla 6.2. Ganancia media anual por trabajador según nivel educativo (secundaria o universitario) y sexo, en España y Andalucía (en euros 2023)

Total Nacional	Ambos sexos
Todos los estudios	27.784
Educación secundaria	24.463
Licenciados y similares, y doctores universitarios	46.057
Mujeres	
Todos los estudios	25.115
Educación secundaria	20.845
Licenciados y similares, y doctores universitarios	42.083
Hombres	
Todos los estudios	30.293
Educación secundaria	28.214
Licenciados y similares, y doctores universitarios	50.842
Andalucía	Ambos sexos
Todos los estudios	24.787
Educación secundaria	22.457
Licenciados y similares, y doctores universitarios	43.268
Mujeres	
Todos los estudios	22.321
Educación secundaria	18.896
Licenciados y similares, y doctores universitarios	39.909
Hombres	
Todos los estudios	26.970
Educación secundaria	26.212
Licenciados y similares, y doctores universitarios	47.006

Fuente: elaborado a partir de la Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial 2022 del INE

Tabla 6.3. Declaración de IRPF de una persona-tipo según nivel de educación, sexo y residencia. Diferencia de cuota de autoliquidación según nivel de educación

	ESPAÑA				ANDALUCÍA			
	Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres	
Nivel de educación	2º	U	2º	U	2º	U	2º	U
Rendimiento del trabajo	20.845	42.083	28.214	50.842	18.896	39.909	26.212	47.006
Seguridad social	1.424	2.874	1.927	3.473	1.291	2.726	1.790	3.210
Base imponible general	17.045	37.208	24.287	45.369	15.606	35.183	22.422	41.795
Cuota resultante de la autoliquidación	2.231	7.853	4.108	10.782	1.481	7.602	3.774	10.048
Renta disponible	15.190	29.356	20.179	34.587	14.124	27.581	18.648	31.747
DIFERENCIAS	5.622		6.674		6.121		6.274	

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta Cuatrienal de estructura salarial del INE y del IRPF 2023

Nota: 2º-Estudios secundarios / U - Estudios universitarios

La tabla 6.4 muestra la recaudación por IVA según el reparto del consumo para 12 productos (alimentos y bebidas no alcohólicas; bebidas alcohólicas y tabaco; vestido y calzado; vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles; muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar; sanidad; transporte; comunicaciones; ocio y cultura; enseñanza; restaurantes y hoteles y otros bienes y servicios) en España y en Andalucía de acuerdo con la estructura de gasto de la Encuesta de Presupuesto Familiares.

La estructura de consumo difiere entre Andalucía y la media española. Por ejemplo, en Andalucía se destina un porcentaje mayor que en España a alimentos y bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas y tabaco, vestido y calzado, ocio y cultura, y restaurantes y hoteles. Por el contrario, el porcentaje en España es mayor que el de Andalucía, especialmente, en vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles y enseñanza.

En España, la recaudación por IVA para una mujer con formación universitaria es de 2.824 € frente a los 1.461 € para otra con formación secundaria. Es decir, 1.363 € más, lo que representa un 93% más. En el caso de un hombre con formación universitaria versus otro con formación secundaria, la diferencia es de 3.327 € frente a 1.941 €, una diferencia de 1.386 € (71,4% más) (véase tabla 6.4). Los hombres contribuyen más que las mujeres, independientemente del nivel de educación, aunque la diferencia incremental por nivel de formación sea pequeña (1.363€ frente a 1.386 €).

En Andalucía, la recaudación por IVA de estas personas tipo es menor por la menor renta. Una mujer universitaria contribuiría por IVA con 2.708€ frente a 1.378€ si tuviera formación secundaria, lo que da una diferencia de 1.321€, algo menos que el caso de España. En cuanto a un hombre universitario la recaudación sería de 3.177€ frente a los 1.831€ si su formación fuera de educación secundaria. Esto es una diferencia de 1.283€ o un 70% más. También los hombres en Andalucía contribuyen más que las mujeres independientemente del nivel de educación. La diferencia incremental en este caso es algo mayor para las mujeres, debido a la mayor diferencia de renta existente entre mujeres universitarias y las que no lo son en el caso de Andalucía.

Tabla 6.4. Renta disponible y recaudación por IVA en España y Andalucía según nivel de educación por categoría de productos

	España				Andalucía			
	Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres	
Nivel educación	2º	U	2º	U	2º	U	2º	U
Resta disponible	15.190	29.356	20.179	34.587	14.124	27.581	18.648	31.747
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	124	240	165	283	123	240	162	276
02 Bebidas alcohólicas y tabaco	46	89	61	105	51	99	67	114
03 Vestido y calzado	129	250	172	294	127	247	167	285
04 Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	241	467	321	550	204	399	270	459
05 Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar	132	255	175	301	126	246	166	283
06 Sanidad	58	112	77	132	55	107	72	123
07 Transporte	176	340	234	401	167	327	221	376
08 Comunicaciones	88	170	117	200	82	160	108	185
09 Ocio y cultura	77	149	102	175	73	142	96	163
10 Enseñanza	-	-	-	-	-	-	-	-
11 Restaurantes y hoteles	154	298	205	351	163	319	216	367
12 Otros bienes y servicios	236	456	313	537	217	423	286	487
Total	1.461	2.824	1.941	3.327	1.387	2.708	1.831	3.117
Diferencia en IVA	1.363		1.386		1.321		1.286	

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta Cuatrienal de estructura salarial y de la Encuesta de Presupuesto Familiares del IN

Nota: 2º-Estudios secundarios / U – Estudios universitarios

Contribución fiscal por IRPF e IVA de las personas egresadas en el campus de Granada

Para estimar la contribución fiscal se ha seguido el procedimiento comentado, transformando el total de personas egresadas de Grado (4 años) y de Máster (1 año) a egresados/as equivalentes de 4 años.

En total por IRPF, se estima una recaudación de estas personas egresadas por el campus de Granada en la promoción 2023 en 46,1 millones de €, de los que un 45,3% correspondería a quienes residen en Granada y su provincia, casi tres cuartas partes a quienes residen en Andalucía (incluyendo Granada), y el restante 25,6% a quienes están en el resto de España, incluyendo también el extranjero (véase tabla 6.5). La mayor parte de esa cantidad corresponde a las mujeres (63,2%) dado que suponen la mayor parte de los egresados totales.

Respecto al IVA, corresponde al campus de Granada aproximadamente 10 millones de €, de los que el 44,3% corresponde a los residentes en Granada, un 74% a residentes en Andalucía, y el 26% restante en otros territorios. También la mayor parte corresponde a las egresadas, 65% frente al 35% que corresponde a los egresados.

En definitiva, la contribución fiscal por estos dos impuestos estimada para el campus de Granada es de 56,1 millones de €, lo que supone el 92,7% de la cantidad generada por todas las personas egresadas de la UGR.

Tabla 6.5. Diferencia de recaudación en IRPF e IVA para personas egresadas en 2023 en el campus de Granada, distinguiendo por sexo y residencia

Residencia	IRPF				IVA				Total			
	Mujeres	Hombres	Total	%	Mujeres	Hombres	Total	%	Mujeres	Hombres	Total	%
Granada	13.339.340	7.523.130	20.862.470	45,25	2.879.633	1.542.413	4.422.046	44,35	16.218.973	9.065.543	25.284.516	45,09
Andalucía	22.033.731	12.260.533	34.294.265	74,38	4.756.537	2.513.689	7.270.226	72,02	26.790.268	14.774.223	41.564.490	74,12
España	7.109.993	4.702.369	11.812.362	25,62	1.723.308	976.461	2.699.768	27,98	8.833.301	5.678.830	14.512.131	25,88
Total	29.143.724	16.962.903	46.106.627	100,	6.479.844	3.490.150	9.969.994	100	35.623.569	20.453.053	56.076.621	100
%	63,21	36,79	100,00		64,99	35,01	100,00		63,53	36,47	100,00	

Fuente: elaborado a partir de datos de INE, Agencia Tributaria, Sistema Integrado de Información Universitaria y Oficina del Dato de la UGR

Contribución fiscal por IRPF, IVA e IPSI de las personas egresadas para el campus de Ceuta

En el caso de Ceuta hay una situación especial en el IRPF y no hay IVA sino el Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación (IPSI). Por esta razón a las personas egresadas de la UGR que permanecen en Ceuta, y solamente a ellas, se les aplica la situación especial del IRPF y se estima el pago por IPSI según los tipos de gravamen de los diferentes productos, en lugar del IVA.

Para el caso de los/as egresados/as del campus de Ceuta de la promoción del 2023, la estimación de la recaudación por IRPF es de 1,6 millones de €, de los que un 0,5% correspondería a quienes residen en Ceuta, un 75,3% a quienes residen en Andalucía, y el restante 24,2% a quienes están en el resto del mundo (véase tabla 6.6). Si se distingue por sexo, tres cuartas partes de esa cantidad corresponde a mujeres por su presencia mayoritaria entre quienes terminaron estudios en 2023.

En cuanto a la recaudación por IPSI, de los que permanecen en Ceuta, más la recaudación por IVA del resto, el campus de Ceuta genera aproximadamente 0,35 millones de €, de los cuales el 0,55% corresponde a los residentes en Ceuta, un 73,6% a residentes en Andalucía, y el 25,8% restante a otros territorios. También la mayor parte es imputable a las egresadas, 76,5% frente al 23,5% estimado para los egresados.

La contribución fiscal estimada a través del IRPF, IVA e IPSI para los/as egresados/as del campus de Ceuta asciende a 1,94 millones de euros, lo que representa el 3,2 % del total calculado para el conjunto de egresados de la Universidad de Granada.

Tabla 6.6. Diferencia de recaudación en IRPF, IVA e IPSI para personas egresadas en 2023 en el campus de Ceuta, distinguiendo por sexo y residencia

Residencia	IRPF				IVA				Total			
	Mujeres	Hombres	Total	%	Mujeres	Hombres	Total	%	Mujeres	Hombres	Total	%
Ceuta	6.489	1.715	8.204	0,51	1.520	395	1.915	0,55	8.008	2.111	10.119	0,52
Andalucía	912.693	289.365	1.202.058	75,30	197.028	59.326	256.354	73,63	1.109.721	348.691	1.458.412	75,00
España	279.788	106.375	386.164	24,19	67.815	22.089	89.904	25,82	347.603	128.464	476.067	24,48
Total	1.198.970	397.455	1.596.426	100,00	266.362	81.811	348.173	100,00	1.465.332	479.266	1.944.599	100,00
%	75,10	24,90	100,00		76,50	23,50	100,00		75,35	24,65	100,00	

Fuente: elaborado a partir de datos de INE, Agencia Tributaria, Sistema Integrado de Información Universitaria y Oficina del Dato de la UGR

Contribución fiscal por IRPF, IVA e IPSI de las personas egresadas del campus de Melilla

En cuanto a Melilla también tiene esta situación especial en el IRPF y no hay IVA sino el Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación (IPSI). Siguiendo el mismo procedimiento anterior, este impuesto se ha tenido en cuenta para las personas que se estiman permanecen en Melilla, incorporando los beneficios en el IRPF y estimando el pago con los tipos de gravamen del IPS.

La estimación de la recaudación por IRPF asciende a 2 millones de €, que se reparte según residencia en un 0,93% para los residentes en Melilla, un 74,6% para los de Andalucía, y el restante 24,2% para los que residen en el resto de España y del mundo (véase tabla 6.7). En este caso el porcentaje debido a las mujeres es menor que en los otros campus, aunque sigue siendo la mayor parte, un 57% frente al 43% de los hombres.

En cuanto a la recaudación por IPSI, de los que permanecen en Melilla, más la recaudación por IVA del resto, la recaudación debida a personas egresadas en el campus de Melilla se estima en 0,436 millones de €, repartándose 1,06% para residentes en la ciudad autónoma, un 73,2% para residentes en Andalucía, y el 25,7% restante en otros territorios. Como en el impuesto anterior, también la mayor parte es imputable a las egresadas, aunque con un porcentaje menor que el de los otros campus (58,9%), frente al 41,1% de los hombres.

La contribución fiscal por estos impuestos estimada para el campus de Melilla es de 2,46 millones de €, que representa el 4,1% de la cantidad estimada para todos los/as egresados/as de la UGR.

Tabla 6.7. Diferencia de recaudación en IRPF, IVA e IPSI para personas egresadas en 2023 en el campus de Melilla, distinguiendo por sexo y residencia

Residencia	IRPF				IVA				Total			
	Mujeres	Hombres	Total	%	Mujeres	Hombres	Total	%	Mujeres	Hombres	Total	%
Melilla	8.190	10.693	18.883	0,93	2.064	2.565	4.629	1,06	10.254	13.258	23.512	0,96
Andalucía	880.987	629.455	1.510.442	74,60	190.183	129.053	319.236	73,23	1.071.170	758.507	1.829.677	74,36
España	265.695	229.576	495.271	24,46	64.399	47.672	112.071	25,71	330.094	277.248	607.342	24,68
Total	1.154.872	869.724	2.024.596	100,00	256.646	179.290	435.935	100,00	1.411.518	1.049.013	2.460.531	100,00
%	57,04	42,96	100,00		58,87	41,13	100,00		57,37	42,63	100,00	

Fuente: elaborado a partir de datos de INE, Agencia Tributaria, Sistema Integrado de Información Universitaria y Oficina del Dato de la UGR





7

Posicionamiento y
resultados comparativos
de la Universidad de
Granada

7.1. Introducción

Este apartado tiene como finalidad contextualizar la posición de la UGR desde una perspectiva tanto internacional como nacional. Asimismo, con el objetivo de comprender su situación con respecto a otras universidades de su entorno, se analiza su posición dentro del sistema público universitario andaluz. De esta forma, se podrán identificar las áreas en las que la UGR sobresale y aquellas en las que presenta oportunidades de mejora en comparación con otras instituciones.

El avance tecnológico ha facilitado la recolección masiva de datos en soportes compactos, y el interés por medir diversos aspectos de la vida ha impulsado el desarrollo de herramientas de evaluación claras y eficaces. En este contexto, las universidades han ampliado su rol tradicional, sumando funciones como la internacionalización, la investigación, la innovación, la igualdad de género, y el desarrollo sostenible. Estos y otros indicadores permiten evaluar su desempeño global. Además, su papel clave en el desarrollo económico, social, tecnológico, ambiental y cultural de sus entornos justifica las crecientes exigencias de evaluación a las que se ven sometidas.

En este contexto de disponibilidad de datos, en primer lugar, la posición a nivel internacional de la UGR se realiza a través del análisis de distintos rankings universitarios.

Por un lado, se emplean aquellos con una mayor importancia y relevancia, como son: *Academic Ranking of World Universities* (ARWU), *University Ranking by Academic Performance* (URAP), *National Taiwan University Ranking* (NTU), *Scimago Institutions Rankings* (SCIMAGO), *Center for World University Rankings* (CWUR) y *QS World University Rankings* (QS). Esos seis rankings se actualizan anualmente y se puede conocer la posición exacta de la cada universidad. Además, cada uno de ellos tiene una metodología e indicadores distintos, lo que permite obtener una visión más integradora de la UGR según estos aspectos. En nuestro informe, se hace un mayor énfasis en la evolución durante el período 2014-2024, y se compara con las universidades españolas que aparecen en los primeros puestos de los rankings a analizar.

Por otro lado, se analizan otros tres rankings internacionales que han alcanzado notoriedad en el ámbito universitario pero que presentan metodologías diferentes: ranking THE, ranking CWTS (Leiden) y Ranking The Best Global Universities.

En segundo lugar, para conocer su situación en el sistema andaluz y español se analizan los datos proporcionados por el Observatorio IUNE. El Observatorio ofrece datos anuales sobre la actividad investigadora en la Universidad Española. Fue creado por la *Alianza 4 Universidades* y evalúa los datos de las universidades desde el año 2005. Ofrece información actualizada y fiable sobre distintos aspectos relacionados con la capacidad formativa, innovadora, científica y de I+D, además de otros datos como profesorado, o reconocimiento de los investigadores. Con los datos proporcionados, se pone la lupa a las 10 universidades públicas andaluzas con actividad investigadora. En este estudio, se consultan los datos del “Informe IUNE 2024” que analiza los datos comprendidos en el período 2013-2022.



7.2. La Universidad de Granada a nivel internacional

La comparación entre universidades a nivel internacional ha ganado protagonismo en los últimos años, dando lugar a la proliferación de rankings académicos. Uno de los más influyentes es el Academic Ranking of World Universities (ARWU o ranking de Shanghái), publicado por primera vez en 2003. Estos rankings, elaborados según metodologías y criterios específicos, ordenan a las universidades en función de diversos indicadores.

Aunque han recibido críticas, se han convertido en herramientas clave para múltiples actores: estudiantes y familias los consultan al elegir universidad (Kethüda, 2023), las administraciones y empresas los utilizan como referencia; y para las propias instituciones, influyen en la captación de fondos, la atracción de talento, la mejora del prestigio y la definición de estrategias (Véliz y Marshall, 2022). La literatura, además, destaca su utilidad como herramienta de marketing (Delgado, 2012), su papel en la competitividad (Enserink, 2007; Altbach, 2005) y su capacidad para medir la producción científica (Docampo, 2008 y 2022; Luque, 2025).

Según el tipo, los rankings proporcionan una evaluación resumen, una puntuación que recoge todos los valores de los indicadores, y que sirve para crear una lista donde las primeras posiciones se ven ocupadas por aquellas universidades que tienen el mejor desempeño. Para el presente estudio, se ha querido analizar la evolución de la Universidad de Granada en los principales rankings sintéticos y globales. Los rankings elegidos se consideran sintéticos porque proporcionan una puntuación resumen, una puntuación sintética sobre el desempeño de la universidad. Además, se consideran globales porque, en un principio, consideran todas las universidades del mundo. Los datos contenidos en la web de estos rankings permiten analizar la evolución de las posiciones y, por tanto, identificar tendencias.

Para una mejor representación de la evolución de la UGR durante los últimos años, se utilizan gráficos de comparación con algunas de las universidades españolas que alcanzan las mayores puntuaciones en la mayoría de los rankings considerados, además de tener características similares a la UGR. Las universidades seleccionadas son: Universidad de Barcelona (UB), Universidad Autónoma de Madrid (UAM), Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Universidad Complutense de Madrid (UCM), Universidad de Valencia (UV), Universidad Pompeu Fabra (UPF), Universidad del País Vasco (EHU), Universidad de Sevilla (US), y Universidad de Zaragoza (UNIZAR). Los años analizados cambian según el ranking, dependiendo de la disponibilidad de datos de cada página web a fecha de 30 de marzo de 2025, y dependiendo de la cantidad de *missing data* existentes. Para el ranking QS, por ejemplo, solo tenemos información a partir de 2017, o el ranking de Scimago ya ha publicado las posiciones para 2025 a fecha de 30 de marzo.

7.2.1. Principales rankings sintéticos y globales



Ranking de Shanghai (ARWU)

Fue creado por el *Center for World-Class Universities* (CWCU) de la Universidad de Shanghái Jiao Tong y publicado por primera vez en 2003. Aunque su propósito inicial era conocer la posición global de las universidades chinas, ha atraído una gran atención de públicos de interés, lo que ha hecho que, a día de hoy, sea uno de los rankings más utilizados. En su última edición de 2024, 2.500 universidades han sido clasificadas, y las 1.000 con mayor puntuación han sido publicadas en la clasificación que está disponible en su web. De este modo, ARWU presenta anualmente las 1000 mejores universidades de investigación del mundo, basándose en una metodología transparente y en datos objetivos de terceros. Ordena a las 100 primeras según la puntuación total y a partir de esa posición las ordena por tramos y en orden alfabético.

ARWU utiliza seis indicadores objetivos para clasificar a las universidades del mundo, incluyendo el número de exalumnos y personal que han ganado Premios Nobel y Medallas Fields, el número de investigadores altamente citados seleccionados por Clarivate, el número de artículos publicados en revistas como Nature y Science, el número de artículos indexados en Science Citation Index Expanded y Social Sciences Citation Index en Web of Science, y el rendimiento per cápita de cada universidad.

El gráfico 7.1 recoge las posiciones alcanzadas por la UGR desde 2009 hasta 2024. En 2009, la UGR partía desde una de las posiciones más bajas del grupo representado, cercana al puesto 500. Sin embargo, su recorrido a lo largo del gráfico evidencia un cambio progresivo que la sitúa en posiciones más competitivas respecto al resto de universidades españolas representadas.

En un análisis pormenorizado se pueden extraer las siguientes etapas en la evolución de la UGR:

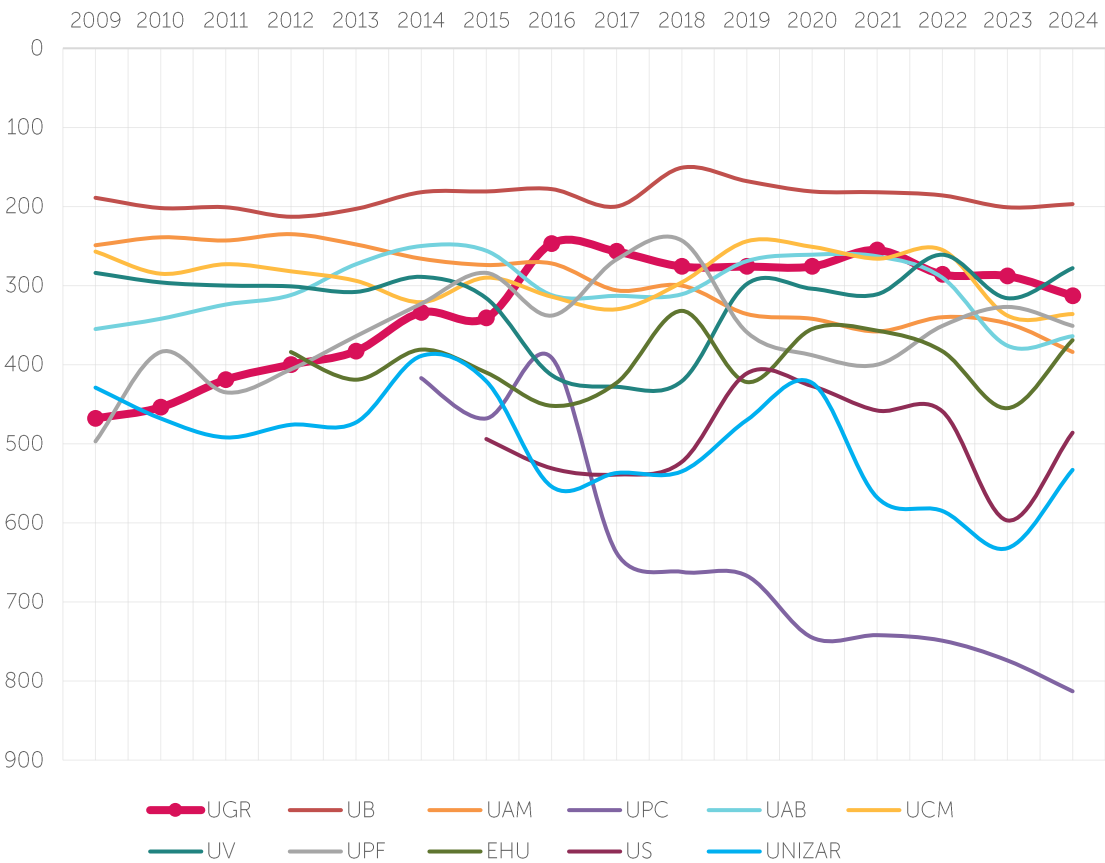
- 2009–2016: período emergente. Se produce un crecimiento inicial en el tramo 400-500, compartiendo posiciones con universidades como la Universidad de Zaragoza o la del País Vasco. A partir de 2013 comienza una tendencia de mejora visible, superando la barrera del puesto 400 y con un crecimiento notable en cada año. Finalmente, en 2016 se alcanza el punto culminante de la serie, con la UGR alcanzando su mejor posición en el ranking, en concreto, la posición 247. Se sitúa como la segunda mejor universidad española detrás de la Universidad de Barcelona.
- 2017–2024: etapa de consolidación en el tramo 250-300 logrando mantener una línea estable y superando a universidades tales como la Complutense de Madrid, Universidad Pompeu Fabra y la Universidad de Valencia. A partir de 2021, se inicia una leve inversión de la tendencia, con un descenso progresivo que la sitúa nuevamente por debajo del puesto 300 en 2024. Es superada por la Universidad de Valencia. No obstante, en 2024, sigue en una posición destacada siendo la tercera universidad de España.

La UGR ha protagonizado una de las progresiones más destacadas del gráfico. Mientras que instituciones como la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) o la Universidad de Zaragoza (UNIZAR) muestran una tendencia descendente, y otras como la Universidad de Sevilla (US) se mantienen en posiciones bajas con cierta irregularidad, la UGR logró escalar posiciones de forma constante durante más de una década.

Aunque no ha alcanzado el nivel de estabilidad y liderazgo de la Universidad de Barcelona (UB), que se mantiene cerca del puesto 200 durante todo el periodo, la UGR ha superado en varios momentos a universidades tradicionalmente mejor posicionadas, como la Autónoma de Madrid (UAM) o la Autónoma de Barcelona (UAB). El gráfico evidencia que, pese a la caída de los últimos años, la UGR ha mejorado su situación relativa respecto al resto del sistema universitario español en este ranking.

Gráfico 7.1.
Evolución de
Universidades
Española según
el ranking ARWU
(2009-2024)

Fuente: elaboración
propia a partir de
los datos de la web
de ARWU





Ranking URAP

URAP es un ranking elaborado por el “URAP Research Lab” de Turquía. Este ranking considera un alto número de universidades, hasta 3000 ordenándolas según indicadores bibliométricos y una puntuación resumen, e incluso establece el detalle por grandes áreas académicas. Los indicadores seleccionados por este ranking analizan básicamente la producción de artículos y documentos, el impacto que tienen y la colaboración internacional. En su última edición incluía 65 universidades públicas o privadas españolas.

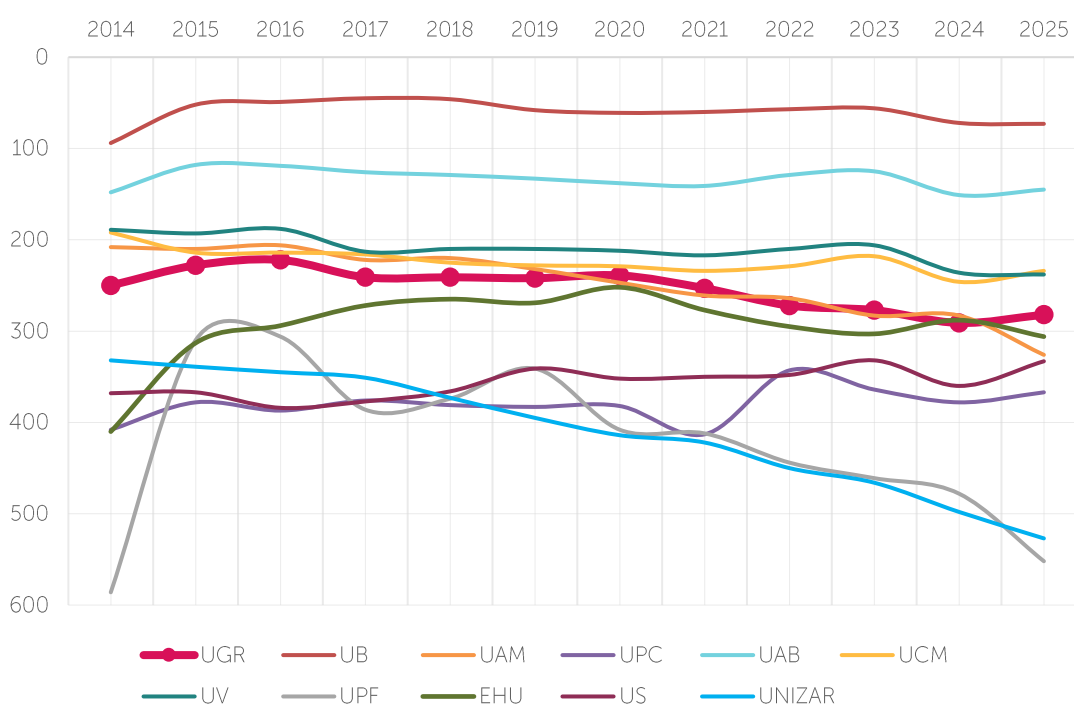
La evolución de la Universidad de Granada en el ranking URAP entre 2014 y 2025 muestra tres etapas diferenciadas (gráfico 7.2):

- 2014-2016: la UGR mejora su posición de forma continuada, pasando del puesto 250 en 2014 al 222 en 2016, lo que representa su mejor desempeño en el periodo analizado.
- 2017- 2020: La UGR mantiene una posición relativamente estable, oscilando entre los puestos 239 y 253. La variación total en esta etapa fue mínima permaneciendo su posición estable en este período.
- 2021-2025: la UGR experimenta un descenso más acusado, con posiciones entre 253 y 291. La mayor caída se produce entre 2020 y 2024, con una pérdida acumulada de 52 posiciones. No obstante, en 2025, la universidad sube del puesto 291 al 282, rompiendo la tendencia descendente de los años anteriores. Además, en este período se sitúa como la 5ª española.

En comparación con otras universidades españolas del listado, la Universidad de Barcelona se mantiene como la mejor posicionada, entre los puestos 45 y 94. Le siguen la Autónoma de Barcelona y la Autónoma de Madrid, ambas con posiciones mayoritariamente dentro del top 150-300. La Universidad de Granada ha ocupado regularmente la 5ª o 6ª posición a nivel nacional entre 2014 y 2025, con su mejor clasificación relativa en 2020, 2021, 2023 y 2025, cuando alcanzó el 5.º lugar entre las universidades españolas incluidas en el ranking. Solo en 2024 descendió al 7.º puesto nacional, su peor posición histórica.

Gráfico 7.2.
Evolución de
Universidades
Española según el
ranking URAP
(2014-2025)

Fuente: elaboración
propia a partir de
los datos de la web
de URAP





Ranking NTU

El ranking NTU, creado por la *National Taiwan University* y publicado desde 2007 por HEEACT, clasifica universidades según su productividad e impacto en publicaciones científicas y citas, usando indicadores de los últimos 11 años, incluyendo el índice h y artículos altamente citados.

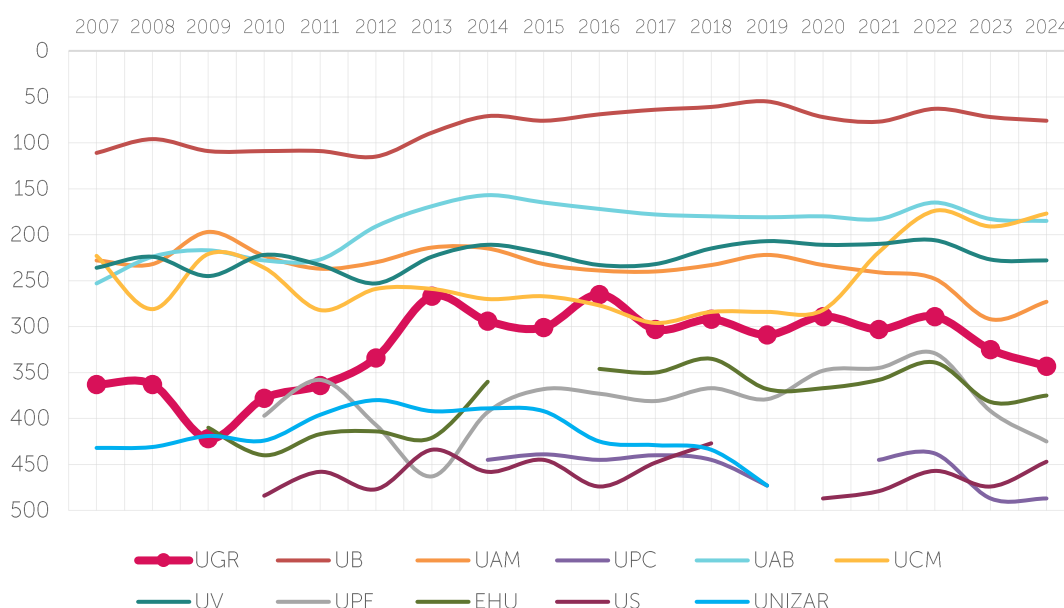
En el gráfico 7.3 se presenta la evolución de la UGR en comparación con las otras universidades españolas consideradas. También, lo distinguimos por etapas de evolución:

- 2007-2012: la Universidad de Granada se situó en una franja más baja del ranking NTU (posiciones alrededor de la 370) alcanzando su peor clasificación en 2009 con el puesto 422. Durante esta etapa mejoró progresivamente hasta llegar al puesto 334 en 2012, ascendiendo 29 posiciones desde 2007.
- 2013-2022: en este período, la UGR alcanzó su etapa más sólida dentro del ranking NTU. Se mantiene alrededor de la posición 290, con relativa estabilidad dentro del top 310. Su mejor clasificación fue en 2016 (puesto 265) y la peor en 2019 (puesto 309). La variación total fue de 22 posiciones en esta etapa, lo que representa una oscilación sin grandes cambios en su rendimiento relativo.
- 2024-2025: se observa un ligero empeoramiento. La media del período fue de 334, con valores entre 325 y 343, y una variación total de 18 posiciones. Aunque este período es más corto y no permite inferencias a largo plazo, sí muestra una ruptura respecto a la estabilidad mantenida durante la década anterior.

Comparada con otras universidades españolas del ranking NTU, la Universidad de Barcelona ha sido consistentemente la mejor posicionada, con clasificaciones entre los puestos 63 y 115 en los últimos años. Le siguen la Autónoma de Barcelona y la Autónoma de Madrid, ambas con posiciones mayoritariamente en el rango 150-250. La Universidad de Granada se ha mantenido habitualmente en torno al 6.º puesto a nivel nacional, por detrás de estas universidades y, en algunos años, también por debajo de la Universidad de Valencia y la Complutense de Madrid. En contraste, universidades como la Politécnica de Cataluña han tenido una presencia más irregular en el ranking, con posiciones más alejadas o incluso ausencias en ciertos años. Esta comparación posiciona a la UGR en un grupo intermedio-alto dentro del sistema universitario español en términos de productividad e impacto científico según el ranking NTU.

Gráfico 7.3.
Evolución de
Universidades
Española según
el ranking NTU
(2007-2024)

Fuente: elaboración
propia a partir de
los datos de la web
de NTU





Ranking Scimago

El ranking Scimago es el ranking que proporciona el mayor número de universidades entre las clasificaciones consideradas para este análisis de evolución. En particular, en su última edición (2025), Scimago recoge información y proporciona la posición para un total de 3.471 instituciones. Este ranking proporciona una herramienta métrica útil para instituciones, política y expertos de investigación para el análisis, evaluación y mejora de las actividades y de los resultados universitarios.

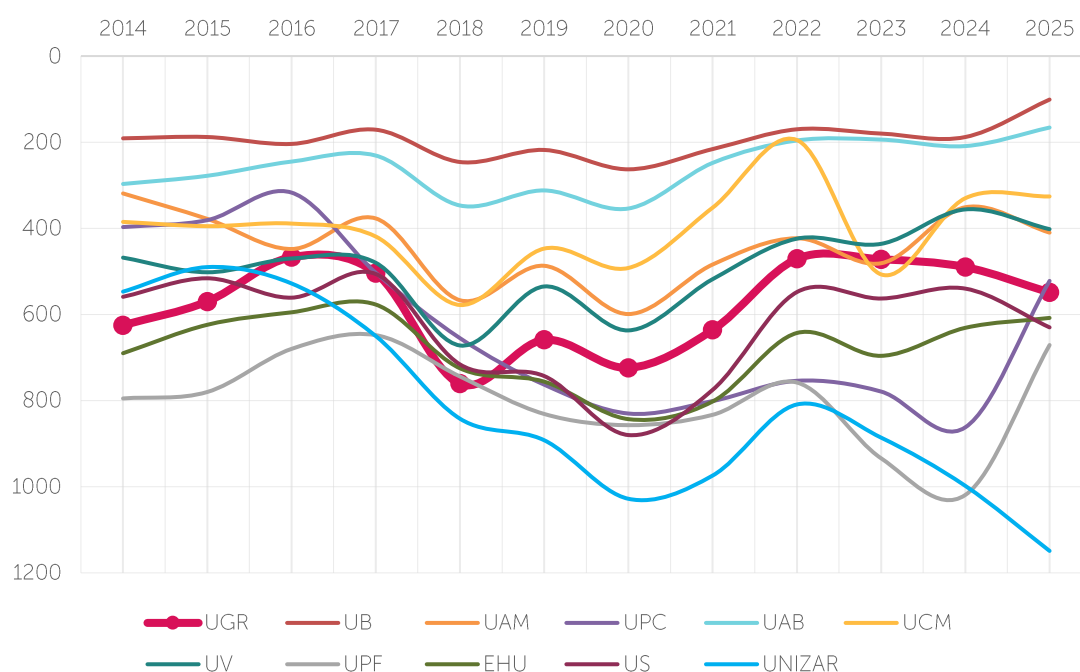
Observando el gráfico 7.4, también dividimos la evolución de la UGR por etapas:

- 2014-2017: la Universidad de Granada mostró una mejora constante en el ranking Scimago, pasando del puesto 625 en 2014 al 504 en 2017. Su mejor clasificación en esta etapa fue en 2016 (puesto 467) y la peor en 2014 (puesto 625), con una mejora acumulada de 121 posiciones.
- 2018-2021: la UGR experimentó su peor etapa en cuanto a posiciones globales, situándose en torno a la posición 695. Su peor resultado histórico se dio en 2018, con el puesto 761, mientras que su mejor clasificación en este bloque fue en 2021 con el 636. Aun así, la tendencia fue positiva, ya que la variación total fue de 125 posiciones de mejora en esos cuatro años.
- 2022-2025: la etapa más reciente muestra una recuperación clara. El promedio de esta fase posicionándose entre las 500 primeras. En 2022, la UGR sube hasta el puesto 471 aunque en 2025 se sitúa en el 549.

En el contexto nacional, la Universidad de Granada ha ocupado posiciones entre la 5ª y la 12ª entre las universidades españolas incluidas en Scimago. Su mejor posición fue en 2023, cuando ocupó el 4º lugar, mientras que su peor clasificación fue en 2009 cuando fue 12ª. De 2009 a 2015 se situaba en torno a la 10ª posición a nivel nacional. A lo largo del periodo 2019-2024, se ha mantenido de forma estable en torno al 6º lugar, por detrás de universidades como la Universidad de Barcelona, la Autónoma de Barcelona, la Autónoma de Madrid o la Universidad Complutense de Madrid, y generalmente por delante de instituciones técnicas como la Politécnica de Cataluña.

Gráfico 7.4.
Evolución de
Universidades
Española según el
ranking Scimago
(2014-2025)

Fuente: elaboración
propia a partir de los
datos de la web de
Scimago





Ranking CWUR

El ranking CWUR es una clasificación de rendimiento global de universidades que se orienta a medir la calidad de la educación, el prestigio de los académicos, la empleabilidad de alto nivel de ex-alumnos y el rendimiento en la investigación. Es elaborado por Center for World University Rankings (Emiratos Árabes Unidos). A partir de su primera publicación en el año 2012, CWUR divulga una clasificación global de universidades, donde se mide la calidad de la educación, la situación laboral de los egresados de las universidades, la producción científica y las respectivas citas. CWUR es un ranking bibliométrico, dado que para la recogida de sus datos no utiliza encuestas. En la última edición se clasificaron 2.000 universidades de más de 20.000 universidades evaluadas.

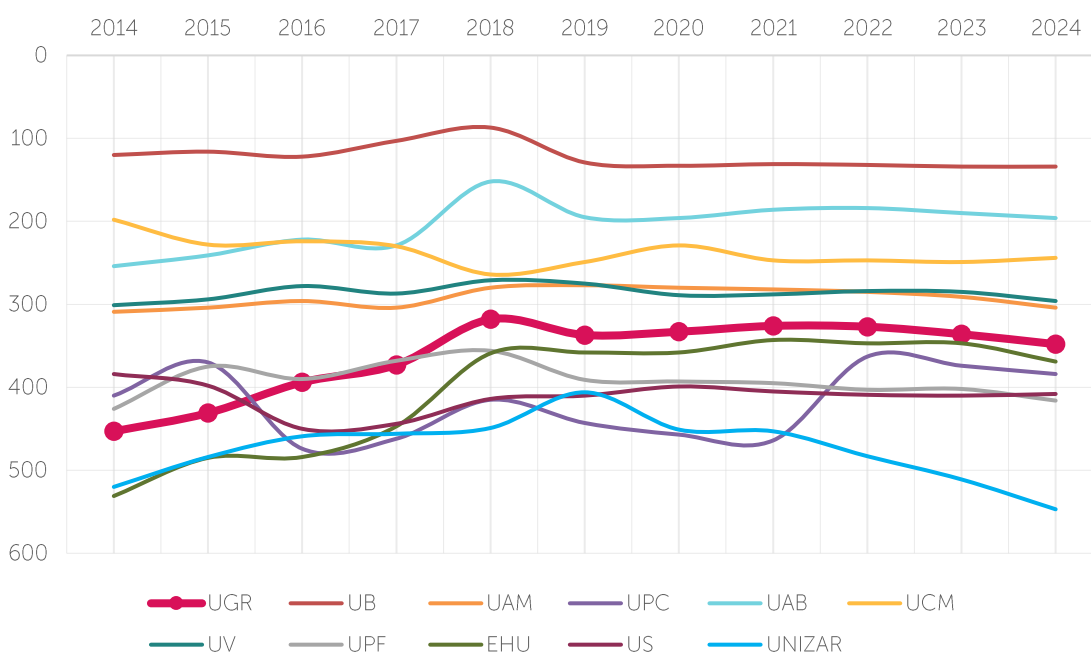
En el caso del Ranking CWUR, se pueden distinguir etapas de evolución, detectando en este caso dos períodos:

- 2014-2017: la Universidad de Granada mostró una evolución positiva, con una mejora desde el puesto 453 en 2014 hasta el 373 en 2017. Mejoró 80 posiciones. El mejor año fue 2017 y el peor, 2014.
- 2018-2024: en un segundo período más largo, la UGR mantuvo un rendimiento más estable, con una posición alrededor del puesto 330, notablemente mejor que en la etapa anterior. Las posiciones oscilaron entre 318 y 348, con su mejor resultado en 2018. A pesar de cierta oscilación, la variación total fue de 30 posiciones, mostrando una estabilidad general con un ligero descenso en los dos últimos años.

En cuanto al contexto nacional (gráfico 7.5), la Universidad de Granada pasó de ser la 9 universidad española en 2014-2015 al 6º puesto de forma ininterrumpida desde 2018 hasta 2024. Se ha situado por detrás de universidades como la Barcelona, Autónoma de Madrid, Autónoma de Barcelona, Complutense de Madrid y Valencia, y por delante de otras como la Politécnica de Cataluña. Esta evolución refleja una mejora significativa en la segunda mitad del periodo y una consolidación dentro del grupo de cabeza del sistema universitario español según el ranking CWUR.

Gráfico 7.5.
Evolución de
Universidades
Española según
el ranking CWUR
(2007-2024)

Fuente: elaboración
propia a partir de
los datos de la web
de CWUR





Ranking QS

La diferencia de posición respecto a las demás universidades se puede apreciar aún más claramente en el ranking QS. Creado por primera vez en 2004 en el Reino Unido junto con el ranking THE, en 2010 publicó su primer ranking de manera individual. A través de las diferentes ponderaciones de cada uno de sus indicadores, el ranking QS también se considera global y sintético, proporcionando una puntuación resumen como resultado de la ponderación de sus indicadores. Igual que THE, esta clasificación se apoya en el uso de encuestas, lo que hace que pueda ser objeto de críticas por parte de académicos e investigadores.

Al igual que se realiza con los anteriores rankings, se presentan los resultados (gráfico 7.6) detectando etapas en la evolución de la UGR en el ranking:

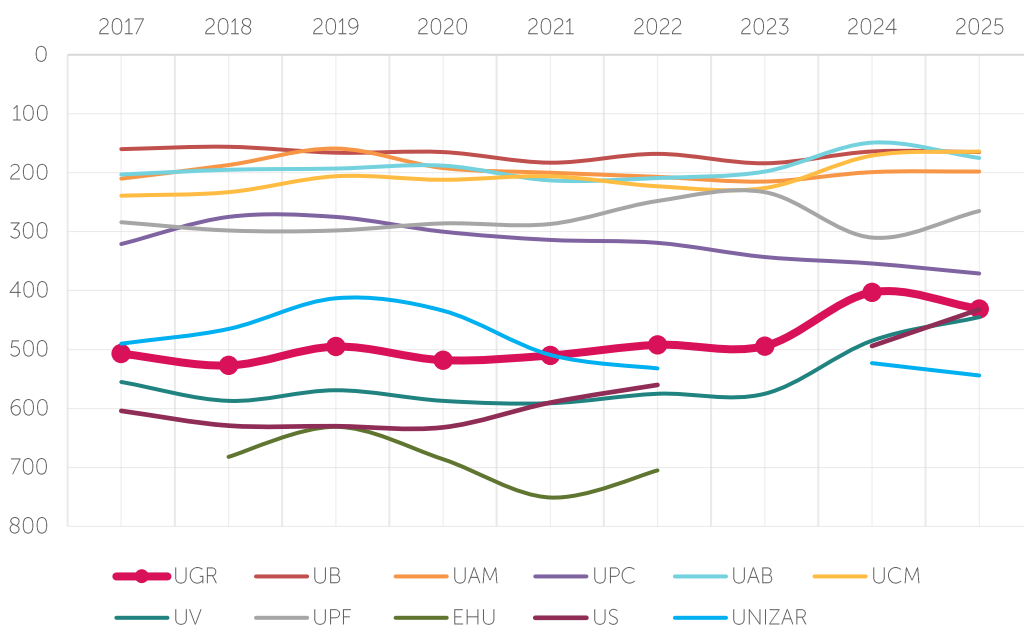
- 2017-2021: la UGR se mantuvo en un rango estable de posiciones dentro del ranking QS, con una posición alrededor del puesto 510. Durante estos cinco años, su mejor posición fue en 2019 (puesto 495) y la peor en 2018 (527). La variación total fue mínima, con una diferencia de 3 posiciones entre el inicio y el final del periodo.
- 2022-2025: la UGR mejoró notablemente su clasificación, alcanzando su mejor posición del periodo en 2024, con el puesto 403. La variación total fue de mejora de 61 posiciones, lo que indica una evolución positiva en este tramo.

En el contexto español, la UGR ha ocupado de forma constante posiciones intermedias dentro del top 15 nacional. Destaca que en las últimas ediciones se ha situado en la posición 10ª a nivel nacional, siendo su mejor posición en el contexto español. Las universidades que tradicionalmente han ocupado posiciones superiores incluyen la Universidad de Barcelona, la Autónoma de Madrid, la Autónoma de Barcelona, la Complutense, la Politécnica de Cataluña y la Universidad de Valencia.

Por debajo de la UGR, en la mayoría de los años, se han situado universidades como la Universidad de Sevilla, la Universidad de Zaragoza, la Politécnica de Madrid o la Universidad de Santiago de Compostela, entre otras. Esta posición le permite a la Universidad de Granada consolidarse como una de las principales universidades españolas en el ámbito QS, destacando por su continuidad en el top 500 global y su progresiva mejora en el último cuatrienio del periodo analizado.

Gráfico 7.6.
Evolución de
Universidades
Española según el
ranking QS (2017-
2025)

Fuente: elaboración
propia a partir de los
datos de la web de QS



Resumen de los resultados de la UGR en el sistema universitario internacional, nacional y andaluz

En la tabla 7.1 se muestra un resumen de los resultados alcanzado por la UGR en estos 6 rankings analizados.

Tabla 7.1. Resumen de resultados comparativos de la UGR en rankings sintéticos.

Año	ARWU			URAP			NTU			SCIMAGO			CWUR			QS		
	M	N	A	M	N	A	M	N	A	M	N	A	M	N	A	M	N	A
2025				282	5	1				549	7	1						
2024	313	3	1	291	7	1	343	6	1	490	6	1	348	6	1	431	10	1
2023	288	2	1	277	5	1	325	6	1	472	5	1	336	6	1	403	10	1
2022	286	4	1	272	6	1	289	6	1	471	6	1	327	6	1	494	12	1
2021	255	2	1	253	5	1	303	6	1	636	6	1	333	6	1	492	12	1
2020	276	4	1	239	5	1	289	6	1	724	6	1	337	6	1	518	13	1
2019	276	4	1	242	6	1	309	6	1	659	6	1	318	6	1	495	14	1
2018	276	3	1	241	6	1	292	6	1	761	11	2	373	6	1	527	13	1
2017	257	2	1	241	6	1	303	6	1	504	8	1	394	6	1	507	12	1
2016	247	2	1	222	6	1	265	5	1	467	7	1	431					
2015	341	7	1	228	6	1	301	6	1	570	11	2	453					

*Posición Mundial: M / Posición Nacional: N / Posición Andalucía: A

Fuente: elaboración propia

Las notables diferencias que se observan entre universidades según el ranking considerado ponen de manifiesto el papel central que desempeñan las metodologías empleadas en la elaboración de estas clasificaciones. Cada ranking prioriza distintos indicadores —como la investigación, la reputación académica, la empleabilidad o el impacto internacional—, lo que influye significativamente en los resultados obtenidos. A pesar de estas diferencias, los rankings continúan siendo herramientas útiles para sintetizar información compleja, y por ello siguen siendo ampliamente utilizados por distintos grupos de interés. Lo fundamental es comprender sus limitaciones y analizar con criterio los datos que ofrecen, para poder extraer de ellos el mayor valor posible.

7.2.2. Otros rankings globales

A continuación, se ofrecen los resultados de la UGR en el contexto tanto mundial, español y andaluz de rankings que no ofrecen una posición exacta, sino que determinan el tramo o rango en el que se encuentra cada universidad en rankings globales. También aquellos que ofrecen distintas clasificaciones según metodología como es el caso del ranking CWUR.

Ranking THE

Times Higher Education (THE), fundada en 2004, proporciona una clasificación de las universidades del mundo, evaluadas a través de la enseñanza, la investigación, citas, la perspectiva internacional, la reputación y los ingresos de la industria. Es un ranking elaborado por la revista Times Higher Education. La UGR consiguió posicionarse en el ranking por primera vez en 2015 desde su primera publicación en 2010 (previamente se realizaba junto a QS).

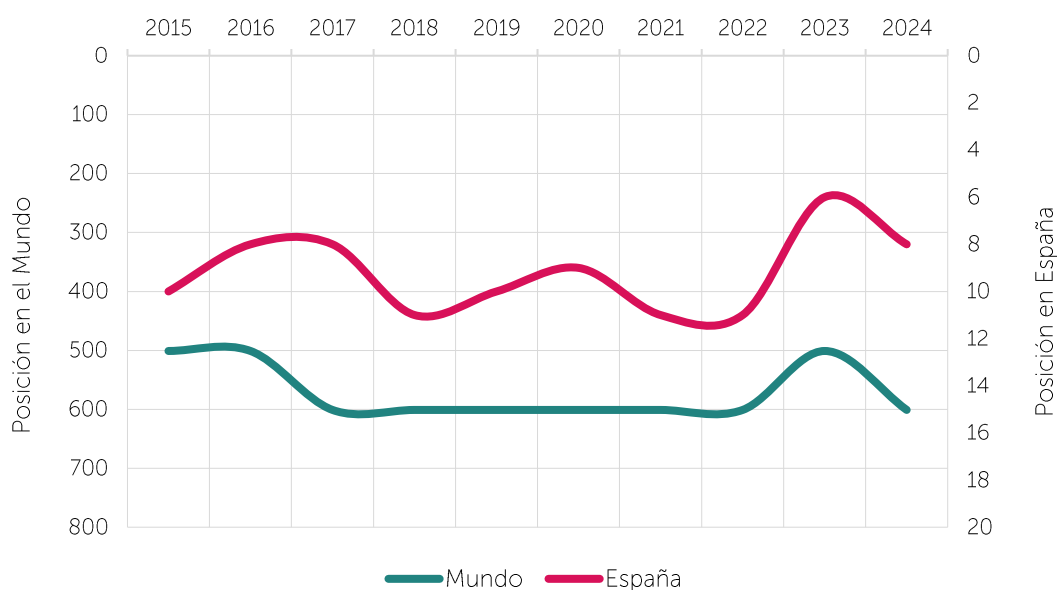
En el gráfico 7.7 se muestra una estimación orientativa de la posición de la UGR a nivel mundial y español considerando el valor mínimo del intervalo. No se ofrece a nivel andaluz pues ha mantenido un constante liderazgo. La Universidad de Granada ha mantenido una posición estable en el intervalo 601-800 del ranking mundial de Times Higher Education (THE) desde el año 2017 hasta 2024, salvo en 2015 y 2016, cuando mejoró ligeramente situándose en el intervalo 501-600.

En el contexto nacional, la UGR ha oscilado entre las posiciones 6ª y 17ª en el ranking THE entre 2015 y 2024. Se observa un ligero retroceso en el periodo 2018-2022, donde la universidad se sitúa por debajo del puesto 10, pero con una recuperación destacable en 2023, alcanzando la 6ª posición a nivel estatal. En 2024, vuelve a una posición más intermedia (8ª), lo que indica cierta competitividad sostenida, aunque con margen de mejora respecto a otras universidades españolas.

La UGR ha mantenido consistentemente la primera posición en Andalucía, lo cual refuerza su liderazgo regional dentro del sistema universitario andaluz. En algunos años al comienzo de la serie (2015, 2016, 2019, 2020), compartió este liderazgo con la Universidad de Sevilla.

Gráfico 7.7. Evolución de la posición de la UGR en el ranking THE

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la web de THE



Ranking CWTS (Leiden Ranking)

CWTS Leiden Ranking ofrece información sobre el rendimiento científico de universidades de todo el mundo. Esta clasificación ofrece un conjunto de indicadores bibliométricos que proporcionan estadísticas de universidades sobre el impacto científico, la colaboración científica, la publicación de acceso abierto y la diversidad de género.

Este ranking no ofrece una única clasificación de universidades, sino una clasificación por cada indicador considerado. Los indicadores de impacto científico en Leiden pueden ser calculados utilizando un método de recuento completo o uno fraccionado. El método de recuento completo otorga un peso completo de uno a cada publicación de una universidad. Mientras que el método de recuento fraccionado da menos peso a las publicaciones colaborativas que a las no colaborativas, es decir, pondera el peso de las publicaciones según el número de colaboradores de la universidad.

En la tabla 7.2 se ofrecen las posiciones de la UGR tanto en el recuento completo y fraccionado.

La Universidad de Granada ha mantenido una trayectoria ascendente en el ranking CWTS entre los años 2012 y 2024. A nivel mundial, se observa una mejora constante en su posición general, pasando de situarse en torno al puesto 459 en 2015 al puesto 260 en 2024. Esta evolución es especialmente significativa si se tiene en cuenta que el número total de instituciones evaluadas ha crecido notablemente durante este periodo, pasando de 500 universidades en los primeros años a más de 1.500 en la actualidad. A pesar de esta mayor competencia, la UGR no solo ha mantenido su posición entre las primeras 500 universidades del mundo, sino que ha escalado progresivamente puestos, lo que pone de manifiesto un rendimiento positivo y sostenido en los indicadores que mide este ranking.

En cuanto a su posición dentro de España, la UGR ha pasado de ocupar la undécima posición en 2014-2015 a situarse entre las cuatro o cinco primeras universidades del país en los años más recientes.

A nivel regional, la Universidad de Granada ha sido consistentemente la primera universidad andaluza en el ranking CWTS desde 2015. En los primeros años del periodo analizado (2012 y 2014) llegó a ocupar la segunda o tercera posición a nivel andaluz, pero desde entonces ha logrado mantener un liderazgo claro y estable en la región, tanto en el recuento completo como fraccionado de sus contribuciones científicas.

Otro aspecto destacable es la escasa diferencia entre la posición obtenida por recuento completo y por recuento fraccionado.



Tabla 7.2. Posiciones de la UGR en el ranking CWTS

Año	Posición Mundial		Posición España		Posición Andalucía		Nº de instituciones
	Recuento completo	Recuento fraccionado	Recuento completo	Recuento fraccionado	Recuento completo	Recuento fraccionado	
2024	260	254	5	4	1	1	1506
2023	270	261	5	5	1	1	1411
2022	274	270	6	5	1	1	1318
2021	284	291	6	5	1	1	1225
2020	276	279	6	5	1	1	1175
2019	269	267	6	5	1	1	963
2018	258	251	6	4	1	1	938
2017	248	234	6	4	1	1	903
2016	241	238	6	4	1	1	842
2015	459	445	11	11	1	1	750
2014	472	448	11	12	2	3	750
2013	302	375	7	8	1	1	500
2012	395	393	11	11	2	1	500

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la web de CWTS



Ranking The Best Global Universities

The Best Global Universities es elaborado por la revista U.S. News & World Report para dar respuesta a la creciente demanda de estudiantes estadounidenses que planean matricularse en universidades fuera de su propio país. Este ranking, analiza a instituciones de más de 80 países que han sido clasificadas de acuerdo a 13 indicadores que miden su desempeño académico en investigación y su reputación global y regional. En la tabla 7.3 se ofrece la evolución tanto a nivel nacional como español.

A nivel andaluz se ha mantenido como la primera de Andalucía todos los años. Entre 2019 y 2023, la Universidad de Granada ha mantenido una posición estable en torno al puesto 300 a nivel mundial. En 2021 alcanzó su mejor clasificación del periodo, situándose en el puesto 295. Sin embargo, en 2024 la universidad cae hasta el puesto 352, lo que supone una pérdida de más de 50 posiciones respecto al año anterior (313 en 2023). Esta bajada puede estar relacionada con un aumento en el número de instituciones evaluadas.

En cuanto a su posición dentro del sistema universitario español, la UGR ha mostrado una consistencia notable: ha ocupado el 6º puesto nacional de manera ininterrumpida entre 2019 y 2023. Solo en 2024 desciende un puesto hasta el 7º lugar, coincidiendo con su bajada en la clasificación global.

Tabla 7.3. Posiciones de la UGR en el ranking The Best Global Universities

Año	Posición mundial	Posición España	Posición Andalucía	Nº de instituciones
2024	352	7	1	2549
2023	313	6	1	2165
2022	303	6	1	2005
2021	295	6	1	1678
2020	311	6	1	1500
2019	310	6	1	1500

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la web de The Best Global Universities



7.3. La Universidad de Granada en el sistema andaluz y español

A partir de los datos del Observatorio IUNE (<https://iune.es/>), se analiza la posición de la UGR en los diferentes indicadores con respecto a las universidades públicas andaluzas y españolas. IUNE analiza un total de 88 universidades privadas y públicas españolas, 10 de ellas andaluzas. Para ello, se ilustra a través de gráficos la evolución en datos absolutos y porcentajes en el período 2013-2022, así como histogramas donde siempre se compara con las cinco primeras universidades en cada indicador y el promedio andaluz y español.

Los datos se presentan siguiendo la propia estructura del observatorio IUNE. Para todos los valores absolutos de este apartado hay que tener en cuenta el tamaño de la UGR, una de las más grandes de España.

Profesorado

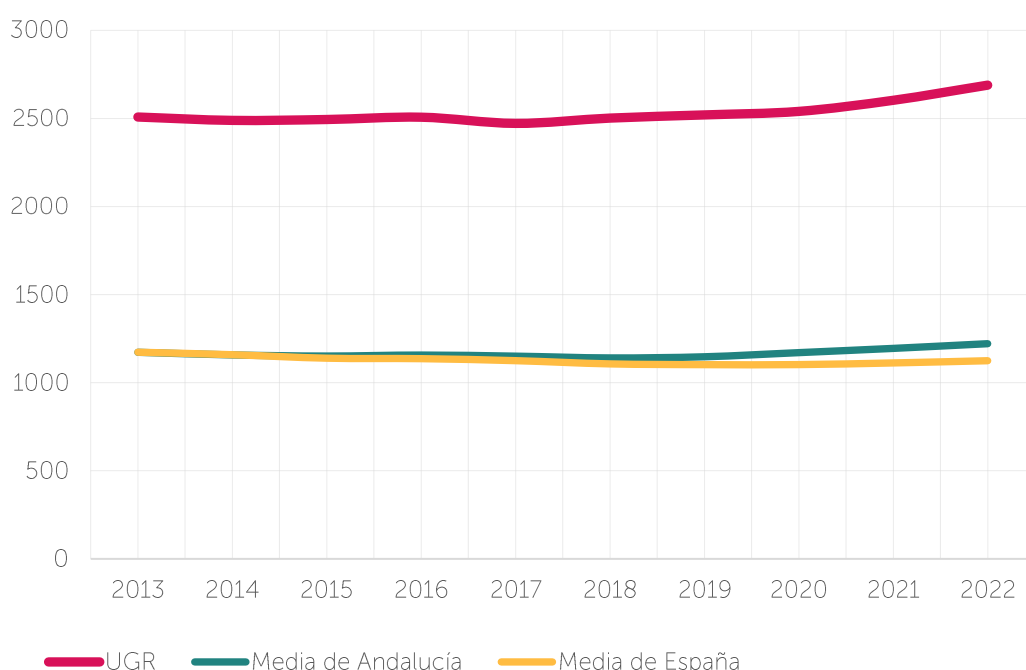
En primer lugar, el número de profesores de la Universidad es un indicador que permite conocer el volumen y el peso de cada una de ellas. Tal como aparece en el gráfico 7.8, entre 2013 y 2022, la Universidad de Granada (UGR) ha mostrado un crecimiento general en su número de profesorado, pasando de 2.508 docentes en 2013 a 2.689 en 2022. Aunque experimentó un ligero descenso entre 2014 (2.489) y 2017 (2.472), a partir de 2018 se observa una tendencia ascendente constante.

El promedio andaluz también crece a lo largo del periodo, desde 1.173 profesores en 2013 hasta 1.221 en 2022. Su valor más bajo se da en 2018 (1.141), y al igual que la UGR, inicia una subida a partir de 2019. Por su parte, el promedio nacional disminuye desde 1.174 profesores en 2013 hasta un mínimo de 1.107 en 2018. A partir de entonces comienza una recuperación moderada, alcanzando los 1.125 en 2022.

En comparación con otras universidades, en el promedio de toda la serie, la UGR es la 3ª universidad a nivel nacional y la 2ª a nivel andaluz (superada por la Complutense de Madrid y la Universidad de Sevilla).

Gráfico 7.8. Número de profesores. Promedio 2013-2022

Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE



Reconocimiento

Por otra parte, un aspecto fundamental para conocer la capacidad y volumen de producción científica es el número de sexenios obtenidos por el profesorado, es decir, su dedicación investigadora. Se puede distinguir entre sexenio ordinario (profesores funcionarios), y sexenio por convenio (profesor de tipo laboral). En nuestro análisis comparamos el número total obtenido en ambos casos.

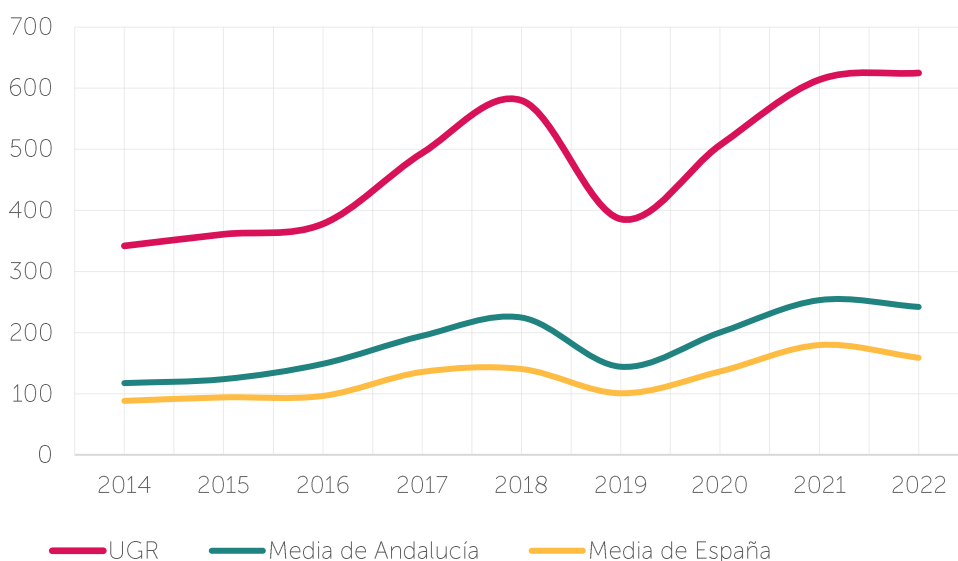
En el gráfico 7.9, se puede observar que, en la UGR, el número de sexenios parte de 342 en 2014 y aumenta de forma general hasta alcanzar los 625 en 2022. El mayor incremento se produce entre 2016 (378) y 2018 (580). Posteriormente, se registra una caída significativa en 2019 (386), aunque a partir de 2020 vuelve a crecer con fuerza, llegando a un máximo en 2022.

En el ámbito andaluz, también se aprecia una tendencia ascendente: desde 117,3 de media en 2014 hasta 242,1 en 2022. El total nacional sigue un patrón similar. Durante todo el periodo, la UGR presenta valores considerablemente superiores a los promedios andaluz y nacional. En 2022, por ejemplo, la UGR registra más del doble de sexenios que el total concedido en todas las universidades andaluzas (625 frente a 242,1), y casi cuadruplica el total nacional (158,85).

Si tenemos en cuenta este número total de sexenios concedidos, la UGR se sitúa en la posición 2 entre todas las universidades públicas españolas (detrás de la Complutense de Madrid), siendo la primera andaluza seguida por la Universidad de Sevilla.

Gráfico 7.9. Número total de sexenios obtenidos

Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE



Actividad científica

Otro indicador importante para medir la producción científica son las publicaciones generadas por cada universidad. El gráfico 7.10 muestra el número de publicaciones por universidad de la UGR y la media de universidades andaluzas y españolas. Observando el gráfico, se puede comprobar que, entre 2013 y 2022, la Universidad de Granada experimentó un crecimiento sostenido en el número de publicaciones científicas, pasando de 2.794 en 2013 a un máximo de 4.203 en 2021, con una ligera disminución a 4.084 en 2022. Durante los primeros años, los valores se mantienen estables (en torno a las 2.800 publicaciones) hasta 2017. A partir de 2018 se inicia una etapa de crecimiento más prolongada, que culmina en un incremento de más de 1.100 publicaciones en apenas tres años.

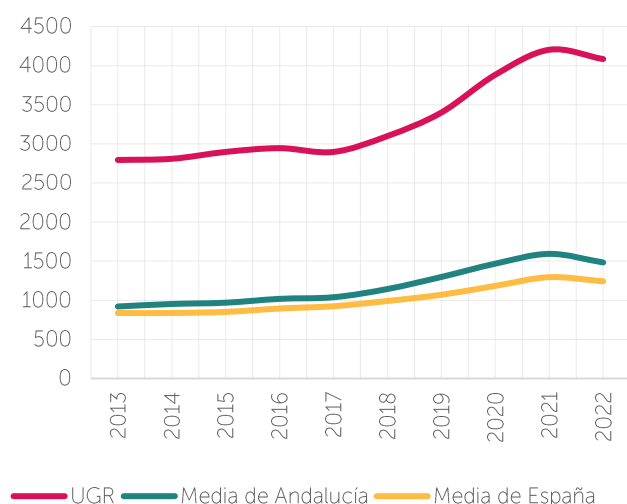
El promedio nacional también muestra una evolución ascendente, comenzando en 837,92 en 2013 y alcanzando 1.242,62 en 2022. Esta tendencia es similar a la del promedio andaluz.

La UGR se posiciona por encima tanto de la media andaluza como del nacional. En comparación al resto de universidades, considerando el promedio de toda la serie, la UGR se sitúa 6ª a nivel nacional y 1ª a nivel andaluz.

Otro aspecto esencial, para conocer la producción científica respecto a las publicaciones, es el promedio de publicaciones por profesor. En el gráfico 7.11, se puede apreciar que la UGR inicia el periodo con 1,11 publicaciones por profesor en 2013 y mantiene una línea estable hasta 2017, con valores que oscilan entre 1,13 y 1,17. A partir de 2018 se produce un incremento sostenido, que alcanza su punto máximo en 2021 con 1,61 publicaciones por profesor.

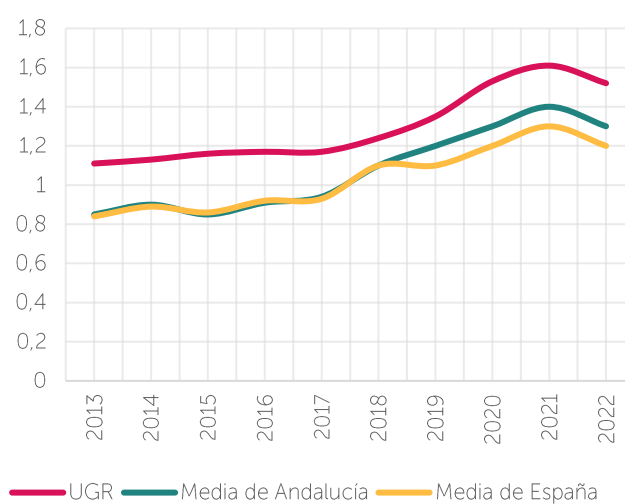
En España y Andalucía, la evolución sigue un patrón similar. No obstante, a lo largo de toda la serie, la UGR supera de manera constante tanto al promedio andaluz como al nacional en productividad científica por docente. Sin embargo, en este caso, la UGR no se sitúa entre los primeros puestos a nivel nacional teniendo la cuenta el promedio de toda la serie. Se sitúa en la posición 20ª a nivel nacional y 2ª a nivel andaluz por detrás de la Universidad de Córdoba.

Gráfico 7.10. Número total de publicaciones por Universidad. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.11. Publicaciones por profesor. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

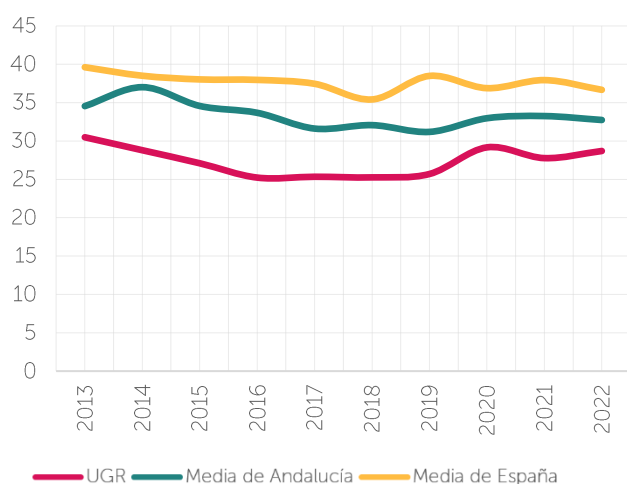
El observatorio IUNE, también, proporciona dos resultados significativos para medir la producción científica respecto a la colaboración entre los autores: el número de publicaciones en colaboración nacional, y el número en colaboración internacional. Estos datos proporcionan una aproximación de la calidad de la investigación, al conocer el nivel de internacionalización y cooperación.

Respecto al porcentaje de publicaciones realizadas en colaboración nacional (gráfico 7.12), la UGR empieza el periodo con un porcentaje de colaboración nacional del 30,49% en 2013 y mantiene una tendencia general ascendente hasta 2021, cuando alcanza un máximo de 39,70%. En 2022 se observa una ligera caída, situándose en 37,77%. La UGR ha mostrado una evolución positiva en cuanto a la colaboración en publicaciones con otras instituciones nacionales, alcanzando uno de los valores más altos en 2021.

La media nacional y andaluza muestran una tendencia similar. En todo el periodo, la UGR mantiene un porcentaje de colaboración nacional por debajo del promedio nacional y andaluz. La UGR ha ido consolidando una proporción significativa de sus publicaciones en colaboración con otras instituciones nacionales, pero sin lograr superar la media de Andalucía y de España.

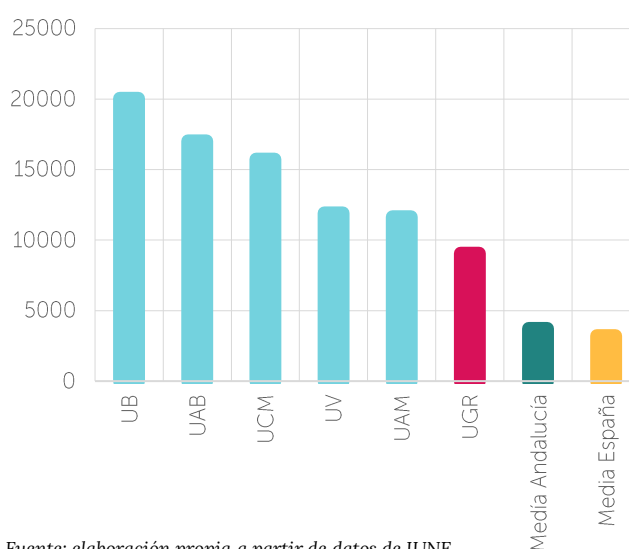
No obstante, si se tiene en cuenta los valores absolutos del período analizado (ver gráfico 7.13) la UGR se sitúa en la 6ª posición en España siendo la primera andaluza.

Gráfico 7.12. % de documentos en colaboración nacional. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.13. Documentos en colaboración nacional. Valores absolutos 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

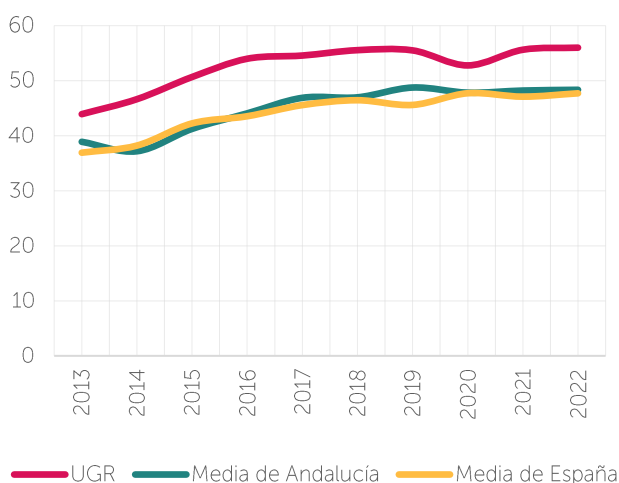
Respecto a publicaciones realizadas en colaboración internacional, la UGR presenta unos resultados notables y superiores a los de colaboración nacional, y comparando con el resto de universidades. La UGR comienza con un porcentaje de colaboración internacional del 48,66% en 2013. Desde entonces, muestra una tendencia constante de crecimiento, alcanzando un valor cercano al 60% en 2022.

El promedio de las universidades andaluzas sigue una trayectoria ascendente, aunque más moderada que la de la UGR. El promedio nacional también muestra un incremento en el porcentaje de colaboración internacional, comenzando con un 40,27% en 2013 y alcanzando un 50,63% en 2022.

A lo largo de todo el periodo, la UGR se mantiene por encima de la media andaluza y nacional en términos de colaboración internacional. En 2022, la UGR supera ampliamente al promedio andaluz (60% frente a 53,48%) y al nacional (60% frente a 50,63%) (véase gráfico 7.14).

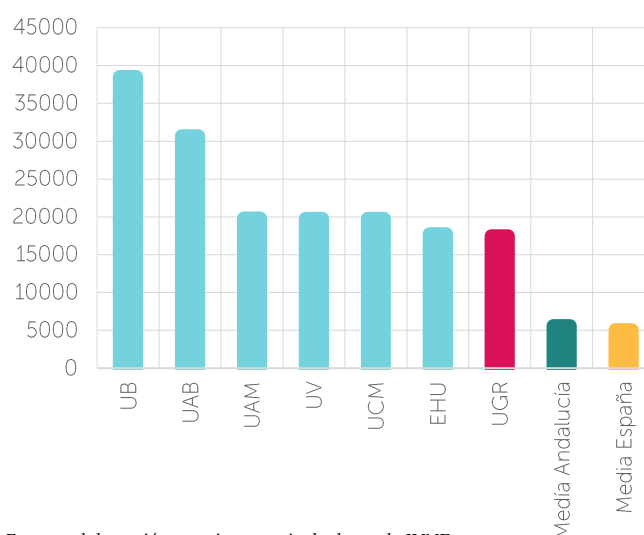
Si se tiene, como en el caso de colaboración nacional, los valores absolutos de toda la serie, la UGR se sitúa en 7ª posición a nivel nacional y 1ª a nivel andaluz (ver gráfico 7.15).

Gráfico 7.14. Porcentaje de documentos en colaboración internacional



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.15. Documentos en colaboración internacional. Valores absolutos 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

A continuación, se procede a analizar los datos relativos al impacto de la UGR en la **visibilidad** de la investigación. Para ello, se han considerado las publicaciones en el primer cuartil y porcentaje de publicaciones en las 3 primeras revistas de cada una de las áreas científicas.

Respecto al porcentaje de publicaciones en el primer cuartil, en la UGR, el porcentaje en torno al 50% en 2013 y sigue una trayectoria ascendente, alcanzando un máximo de alrededor del 57% en 2021 (ver gráfico 7.16). En 2022, la UGR mantiene una cifra elevada, ligeramente superior al 50%. Este comportamiento refleja una mejora constante en la calidad de las publicaciones, que se han concentrado cada vez más en las revistas de alto impacto.

En Andalucía, el porcentaje también muestra un aumento sostenido a lo largo de los años, aunque la tendencia es positiva, el crecimiento es más moderado en comparación con la UGR. A nivel nacional, muestra un comportamiento similar al de Andalucía, con un aumento más gradual. En 2022, el promedio nacional alcanza aproximadamente el 52%, ligeramente por debajo de Andalucía y la UGR.

A lo largo de todo el periodo, la UGR se mantiene consistentemente por encima tanto del promedio andaluz como del promedio nacional. En 2022, la diferencia entre la UGR y el promedio nacional es poco más de un punto porcentual.



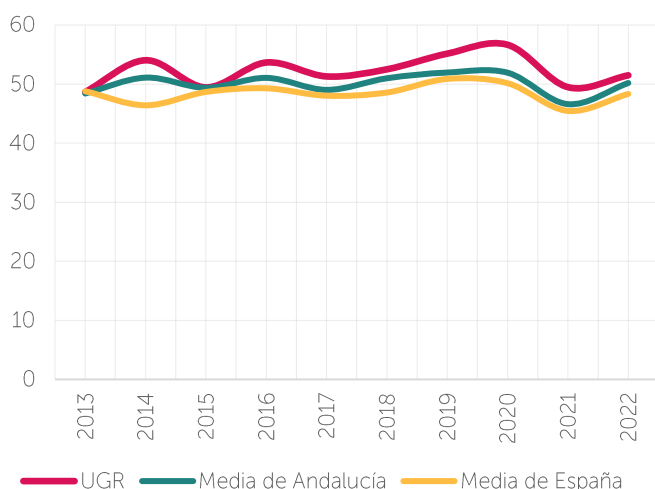
Respecto al indicador de Top 3 de publicaciones (gráfico 7.17), en la UGR, el porcentaje de publicaciones en las tres principales revistas científicas comienza en torno al 7,8% en 2013. Experimenta un aumento notable en 2015, alcanzando más del 10%, y luego desciende progresivamente hasta 2022, cuando se estabiliza alrededor del 6%.

En Andalucía, el porcentaje también muestra una ligera subida en 2015, pero en general se mantiene por debajo del de la UGR durante la mayor parte del periodo, fluctuando entre el 6% y el 8%. En 2022, Andalucía presenta un valor similar al de la UGR, alrededor del 6%, pero con una menor variabilidad a lo largo de los años. El promedio nacional sigue una tendencia similar al de Andalucía.

A lo largo del periodo, la UGR no siempre está por encima del promedio andaluz ni del nacional. Aunque la UGR alcanzó su máximo en 2015 (más del 10%), en años posteriores ha caído por debajo de Andalucía en ciertos años, especialmente en 2022, cuando la UGR, Andalucía y España se aproximan mucho, con la UGR alcanzando un 6% en ese año. No obstante, en 2022, el porcentaje en la UGR, España y Andalucía es muy similar.

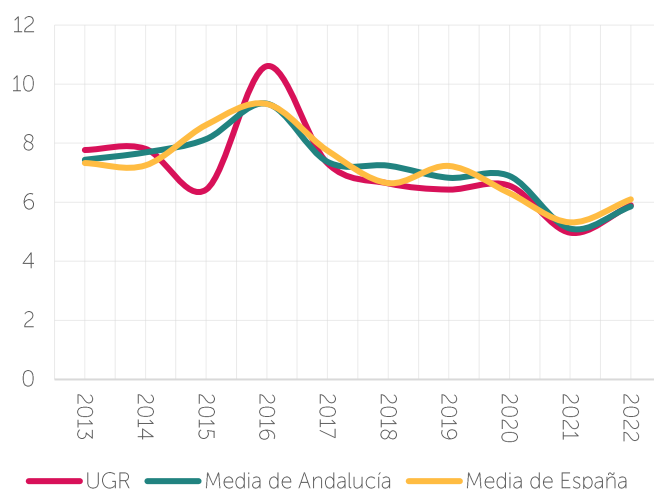
Atendiendo al promedio del período, la UGR tiene un promedio del 7% que le otorga la posición nacional 41ª y 5ª en el sistema andaluz.

Gráfico 7.16. % de publicaciones en el primer cuartil. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.17. % de publicaciones en las 3 primeras revistas de cada una de las áreas científicas. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

En cuanto al **impacto** de la investigación de la UGR, el gráfico 7.18 compara los datos de la Universidad de Granada con respecto al total de las universidades españolas y andaluzas. La UGR comienza con un total de 80.021 citas en 2013. A lo largo de los años, presenta un aumento considerable, alcanzando su pico más alto en 2017 con 99.835 citas. Sin embargo, a partir de 2018, se observa una caída significativa en el número de citas, bajando a 64.915 en 2021 y 41.552 en 2022, lo que marca una tendencia a la baja pronunciada en los últimos años.

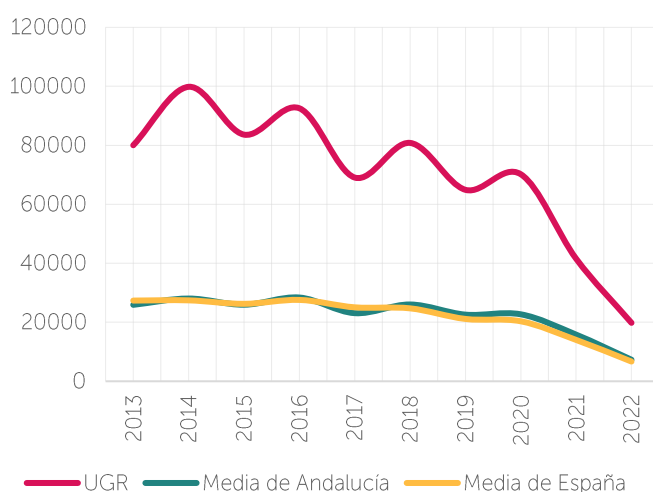
La media nacional muestra un comportamiento también decreciente, pero con un número de citas más estable a lo largo del periodo. La media andaluza sigue una trayectoria similar al nacional.

A lo largo de todo el periodo, la UGR ha mantenido un número significativamente más alto de citas que los promedios andaluz y nacional, especialmente en los primeros años (2013-2017). Sin embargo, a partir de 2018, la UGR experimenta una disminución considerable en las citas, lo que la acerca al promedio de Andalucía y España en los últimos años, aunque sigue siendo superior al de estas en 2022. La caída en el número de citas de la UGR en los últimos años contrasta con la estabilidad en los promedios andaluces y nacionales. La UGR se sitúa en la posición 8, considerando a todas las universidades en todo el período. A nivel andaluz se sitúa en 1ª posición.

Respecto a las citas por profesor (cociente entre el número total de citas recibidas por una universidad y el total de profesores), en el gráfico 7.19 se observa que la UGR que el número de citas por profesor comienza en 31,91 en 2013. A lo largo de los años, experimenta un aumento en 2014 (39,11) y en 2015 (36,92), pero a partir de 2016 comienza a descender. La caída es más pronunciada entre 2018 y 2022, con un valor de 7,37 citas en 2022.

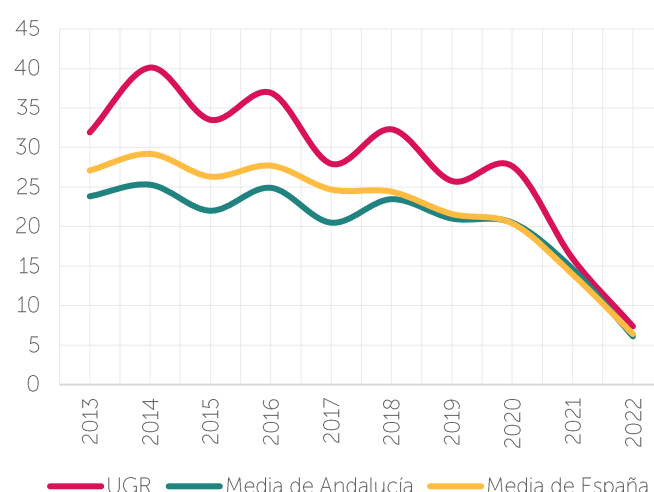
A lo largo de todo el periodo, la UGR ha mantenido consistentemente un número más alto de citas por profesor que los promedios andaluz y nacional, especialmente hasta 2017. Sin embargo, a partir de 2018, tanto la UGR como los promedios andaluces y nacionales experimentan una caída en las citas por profesor, con una disminución más pronunciada en los valores de 2022 con valores muy similares entre la UGR, Andalucía y España. En comparación con todas las universidades, la UGR se sitúa en la 20ª posición a nivel nacional y la 4ª a nivel andaluz.

Gráfico 7.18. Citas recibidas por cada universidad



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.19. Número de citas por profesor



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE



Actividad científica emergente

Se analizan 2 de los 5 indicadores que ofrece IUNE en este apartado. Se trata de un apartado incluido por IUNE por primera vez en 2022 que analiza la producción científica emergente incluida en el índice ESCI (Emerging Sources Citation Index). Se extrae información de los indicadores general respecto a publicaciones y citas.

En primer lugar, respecto a publicaciones por universidad (ver gráfico 7.20) la UGR muestra una producción estable y con una ligera tendencia ascendente en el número de publicaciones durante el periodo 2013-2022. A pesar de alguna ligera caída en 2015 y 2017, la cantidad de publicaciones se recupera y cierra el ciclo en 2022 con un total de 2.689 publicaciones, lo que refleja un aumento respecto a los 2.508 registros de 2013.

El promedio de publicaciones a nivel nacional sigue una tendencia estable, con una importante subida hacia 2022. Por otro lado, el promedio andaluz tiene un comportamiento similar, pero con cifras ligeramente superiores al promedio nacional.

La UGR se sitúa significativamente por encima de la media tanto andaluza como española. En 2022, UGR casi duplica las publicaciones del promedio español y supera también al andaluz, aunque la diferencia con la media andaluza se reduce ligeramente en comparación con años previos.

A nivel comparativo con todas las universidades en todo el período, la UGR se sitúa en la posición 3 superada por la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Sevilla, siendo, por tanto, 2ª a nivel andaluz. Estos resultados son similares a los comentados anteriormente en publicaciones por universidad.

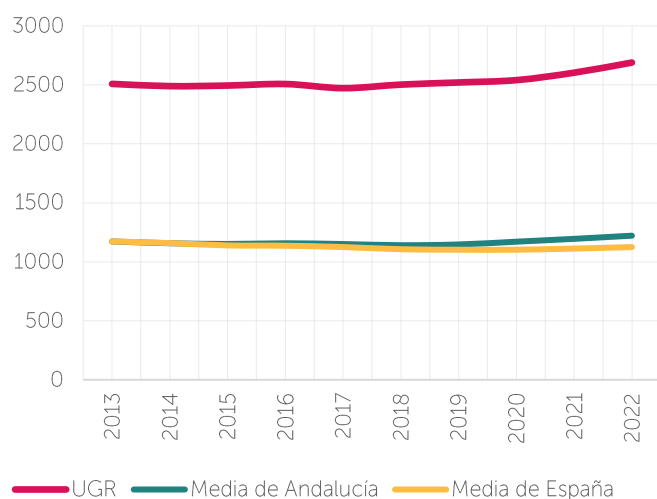
En segundo lugar, respecto a las citas por universidad (gráfico 7.21) la UGR muestra un notable aumento en las citas a lo largo del periodo de 2013 a 2022. Comienza con 818 citas en 2013, y su crecimiento es casi constante hasta 2020, donde alcanza el punto máximo con 2.291 citas. Sin embargo, en 2021 y 2022, las citas descienden de manera significativa, cerrando en 1.192 citas en 2022, un descenso considerable respecto a su pico de 2020, aunque sigue siendo un valor alto comparado con las otras dos series.

El promedio de citas en España sigue una tendencia bastante estable, con un ligero aumento hacia 2017 y una caída pronunciada a partir de 2021. Las cifras empiezan en 386 citas en 2013 cerrando con un total de solo 203 citas en 2022. En el caso de Andalucía las citas también crecen lentamente hasta 2019, donde llegan a 896 citas. Tras 2019, el aumento se desacelera, y las cifras empiezan a descender, finalizando en 2022 con 355 citas.

La UGR mantiene una clara ventaja sobre los promedios tanto regionales como nacionales en cuanto a citas. En 2020, la UGR casi triplica las medias de las citas de Andalucía y quintuplica las de España. Sin embargo, en los últimos dos años, el descenso experimentado por la UGR se hace más pronunciado, acercándose a las medias de citas de Andalucía, pero aun manteniendo una diferencia significativa respecto al promedio nacional. A pesar de este descenso, la UGR sigue liderando tanto en número de publicaciones como en citas, superando ampliamente a la media nacional y andaluza.

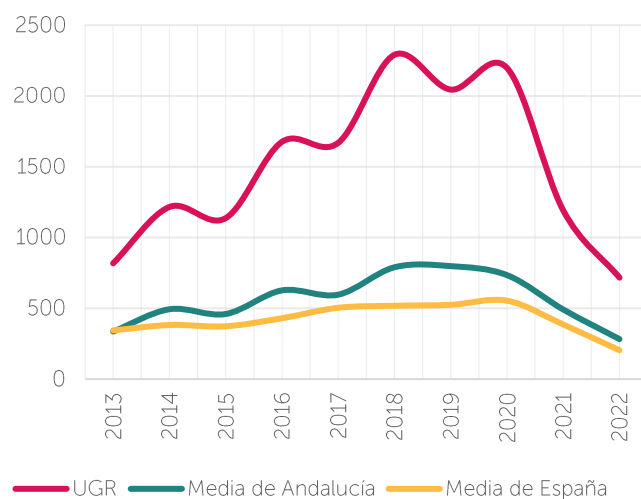
La UGR es la 5ª universidad española si se tiene en cuenta su posición en todo el período. A nivel andaluz es la 1ª.

Gráfico 7.20. Publicaciones emergentes por universidad. Promedio 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.21. Citas por universidad. Promedio 2013-2022 en publicaciones emergentes



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE



Competitividad

Conocer el grado de competitividad de las universidades informa sobre la capacidad de conseguir proyectos de investigación en concurrencia competitiva. IUNE proporciona dos indicadores para conocer estos aspectos de las universidades, como es el número de proyectos nacionales, y los proyectos obtenidos del programa Marco de la Unión Europea.

Con respecto a los proyectos nacionales obtenidos (gráfica 7.22), la UGR muestra una tendencia variable en el número de proyectos concedidos del Plan Nacional a lo largo de los años. En 2013, la UGR obtuvo 107 proyectos, pero a partir de 2014, la cifra disminuye a 100. En 2015, la cifra cae aún más a 83, y se mantiene bastante estable hasta 2018, con un ligero repunte en 2019 y 2020, alcanzando 108 proyectos. A pesar de esta mejora, el número de proyectos experimenta una caída nuevamente en 2021, descendiendo a 94, pero cierra 2022 con un fuerte aumento, alcanzando 131 proyectos. Este crecimiento en 2022 representa un máximo para el periodo analizado.

El promedio español comienza en 30,04 proyectos en 2013 y aumenta moderadamente cada año, alcanzando 40,41 proyectos en 2022. En cuanto al promedio de Andalucía, el comportamiento es algo similar al de España, comenzando en 38,33 proyectos en 2013 y alcanzando 48,1 proyectos en 2022.

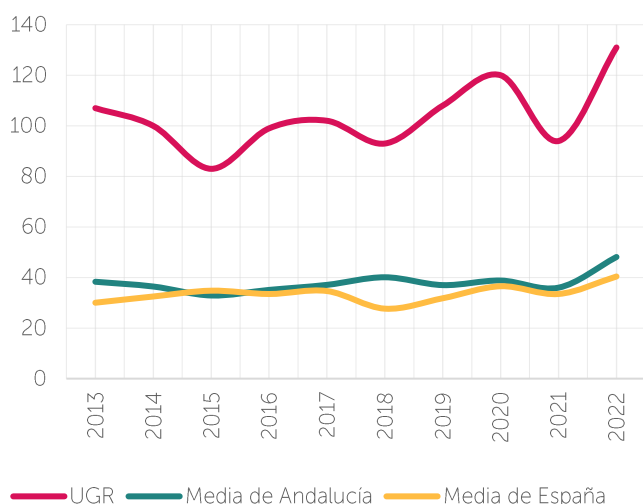
La UGR ocupa una destacada posición siendo 3ª a nivel nacional en todo el período analizada tras la Complutense de Madrid y la Universidad de Barcelona. Por tanto, se sitúa como 1ª en Andalucía.

Sin embargo, analizando el número de proyectos por cada 100 profesores (gráfica 7.23) en 2013, la UGR comienza con 4,27 proyectos por cada 100 profesores, y a pesar de algunas fluctuaciones, la tendencia general es ascendente. En 2020, la UGR alcanza 4,72 proyectos, y en 2022, se cierra el periodo con una cifra de 4,87, lo que marca el punto más alto de la serie.

El promedio de España también muestra un aumento moderado en los proyectos por 100 profesores, comenzando en 2,95 proyectos en 2013 alcanzando 3,53 en 2022. En cuanto al promedio de Andalucía, el comportamiento es similar, comenzando con 2,77 proyectos en 2013 y alcanzando 3,21 proyectos en 2022. La UGR supera consistentemente tanto al promedio nacional como al de Andalucía en cuanto a proyectos del Plan Nacional por cada 100 profesores.

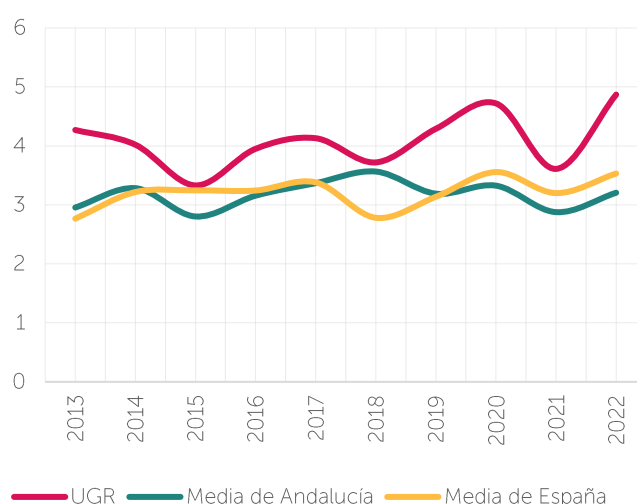
Estableciendo el ranking del período, la UGR se sitúa como la 16ª posición a nivel nacional y 2ª a nivel andaluz tras la Universidad Pablo de Olavide.

Gráfico 7.22. Proyectos del Plan Nacional. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.23. Proyectos del Plan Nacional por cada 100 profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Respecto a los programas Marco de la Unión Europea, el número de proyectos conseguidos por la UGR dentro de los programas Marco UGR muestra un crecimiento destacado desde 2014. Los datos de 2013 no se encuentran disponibles. Comienza con 10 programas en 2014, manteniendo una cifra similar hasta 2016. A partir de 2017, la UGR experimenta un aumento significativo, alcanzando 24 programas en 2021 y cerrando el ciclo en 2022 con un total de 37.

La media de España (gráfico 7.24) comienza con 5,96 programas en 2014 y sube de manera gradual, alcanzando 15,6 en 2022. Sin embargo, no muestra el mismo ritmo de crecimiento que la UGR. En Andalucía, el patrón es también ascendente, comenzando con 5,60 programas en 2014 y cerrando con 13,20 en 2022.

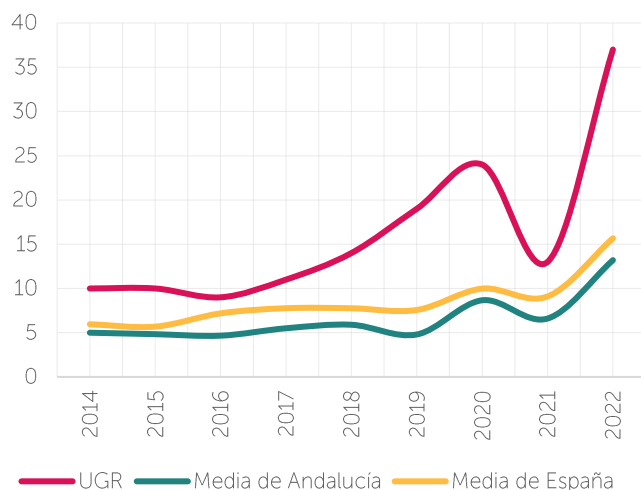
La UGR supera significativamente tanto a la media de Andalucía como de España en el número de programas Marco. En 2022, con 37 programas, se distancia ampliamente de los promedios regionales y nacionales, destacando por su creciente participación en estos programas internacionales, mientras que el promedio andaluz y nacional no superan los 20.

Ocupa la posición 9ª a nivel nacional con el promedio de todo el período siendo, de nuevo, la 1ª a nivel andaluz.

Si se tiene en cuenta el número de programas por cada 100 profesores, los resultados de la Universidad de Granada no son tan destacados (gráfico 7.25). Comienza con 0,4 en 2014 y presenta una tendencia ascendente, alcanzando en 2022 los 1,04, lo que refleja un crecimiento destacado en la participación en programas internacionales respecto al número de su personal docente. Este incremento refleja la creciente implicación de la universidad en proyectos internacionales. El promedio de España y de Andalucía siguen una tendencia de crecimiento similar.

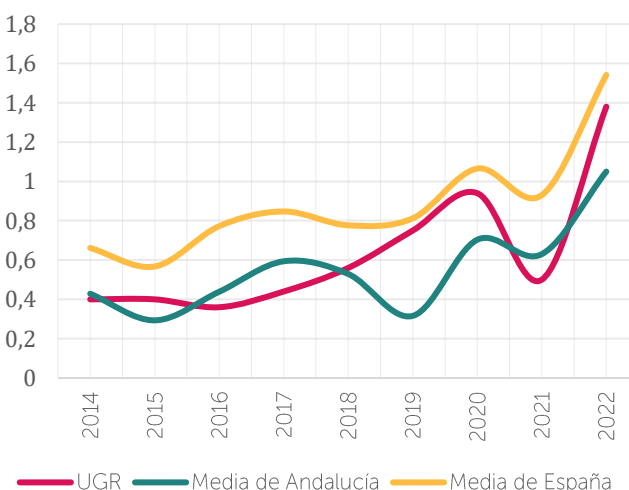
La UGR supera a la media Andalucía en todos los años a excepción de 2021 pero se sitúa por debajo del promedio nacional durante todo el período. Sin embargo, en 2022 se acerca a la media nacional con una diferencia de 1,5 proyectos por cada 100 profesores. En comparación con todas las universidades y su promedio en toda la serie, la UGR se sitúa en una posición intermedia siendo la 31ª posición a nivel nacional y la 3ª a nivel andaluz.

Gráfico 7.24. Proyectos de los Programas Marco de la Unión Europea. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.25. Proyectos de los Programas Marco de la Unión Europea por 100 profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE



Financiación

Respecto a la financiación, IUNE recoge dos indicadores: los ingresos generados por la investigación y, por otro lado, ingresos liquidados por operaciones no financieras.

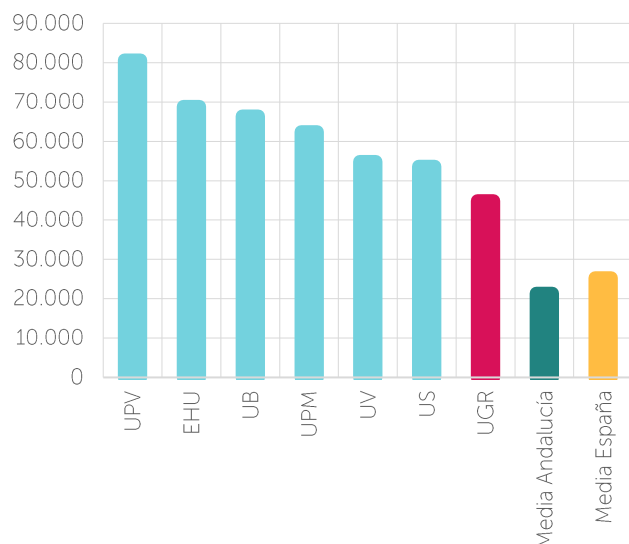
En primer lugar, respecto a los ingresos generados por la actividad investigadora no se disponen de datos para los años 2020 y 2022 lo que dificulta analizar la serie. Para ello, en el gráfico 7.26 ofrece el promedio de miles de euros de las primeras universidades españolas, la de la UGR, así como el promedio andaluz y nacional.

La UGR se sitúa en la posición 9ª a nivel nacional con un promedio de miles de euros de 44.881,71 €, lo que significa casi el doble de la media de Andalucía. Sin embargo, es superada por la Universidad de Sevilla (53.614,00 €). También, supera holgadamente el promedio de las universidades españolas (25.292,23 €). Las universidades con mayores ingresos por investigación son la Politécnica de Valencia y la Universidad del País Vasco.

En segundo lugar, respecto a los ingresos liquidados por operaciones no financieras, la UGR se sitúa en 5ª posición a nivel nacional y 2º de Andalucía siendo superada, de nuevo, por la Universidad de Sevilla.

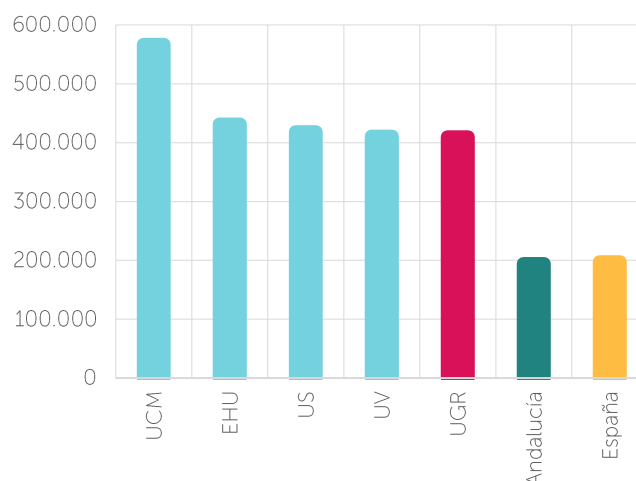
La UGR tiene unos ingresos que son superado en 157.000 euros por la Complutense de Madrid que lidera en España (gráfico 7.27). Frente a otras universidades como la del País Vasco, Sevilla o Valencia, la UGR se sitúa en una posición muy similar, con una diferencia de apenas unos pocos miles de euros, lo que indica un comportamiento homogéneo entre estas instituciones. No obstante, cuando se compara con los valores medios sistema universitario de Andalucía (194.321,38 euros) o España (197.360,16 euros), la UGR, al igual que el resto de universidades del gráfico, duplica o supera ampliamente estos valores. Así, la UGR se encuentra en una posición sólida dentro del conjunto de universidades analizadas, con ingresos no financieros muy similares a los de otras grandes universidades españolas, aunque notablemente por debajo de la UCM.

Gráfico 7.26. Ingresos generados por la investigación. Promedio miles de €. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.27. Ingresos liquidados por operaciones no financieras. Promedio miles de €. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Formación

En términos de volumen o capacidad formativa, el número de tesis, becas FPU, FPI y los contratos Ramón y Cajal y Juan de la Cierva son indicadores que permiten conocer las fortalezas y debilidades de cada universidad respecto a su impacto en el ámbito científico y formativo.

Tal como muestra el gráfico 7.28, el número de becas FPI en la UGR muestra un crecimiento constante, aunque con algunas fluctuaciones. En 2013, la UGR comienza con 19 becas. A lo largo de los siguientes años, se observa un incremento general, alcanzando 37 becas en 2018. En 2022, la UGR cierra el ciclo con 38 becas, su valor más alto durante el periodo observado.

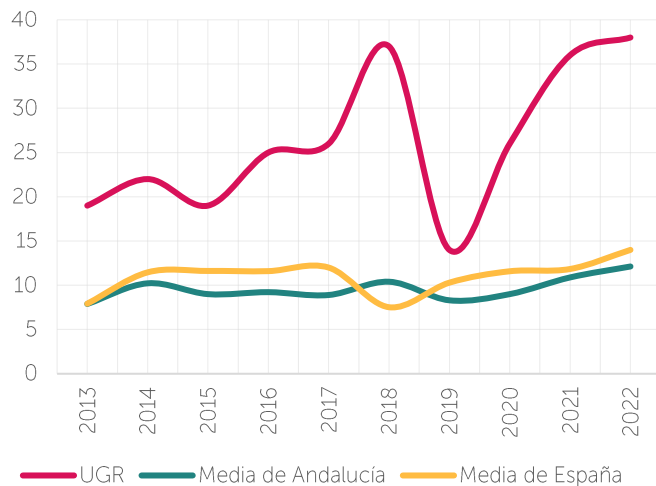
La media del sistema universitario español de becas FPI muestra una tendencia ligeramente ascendente con cierta estabilidad. Comienza en 7,9 en 2013, sube de forma paulatina hasta alcanzar 12,0 en 2017, desciende abruptamente en 2018 hasta 7,5, y se recupera hasta alcanzar su máximo en 2022 con 14,0 becas. Por su parte, el promedio andaluz se mantiene relativamente estable con valores entre 8,3 y 10,9, sin cambios bruscos. En 2022, el promedio andaluz alcanza 12,1, su cifra más alta en el periodo.

La UGR se sitúa en la posición 5ª en el ámbito nacional, y primera a nivel andaluz.

En cambio, si tenemos en cuenta las becas por cada 100 profesores (gráfico 7.29), la evolución de becas FPI por cada 100 profesores en la UGR presenta una tendencia claramente ascendente, aunque con altibajos marcados y no se sitúa entre las primeras de España. Parte de un valor de 0,76 en 2013 y llega a su pico más alto en 2018, con 1,48. Sin embargo, en 2019 experimenta una caída muy pronunciada hasta 0,56, la cifra más baja de toda la serie para la UGR. A partir de ahí, la recuperación es rápida y sostenida, alcanzando 1,41 en 2022, casi duplicando el valor inicial.

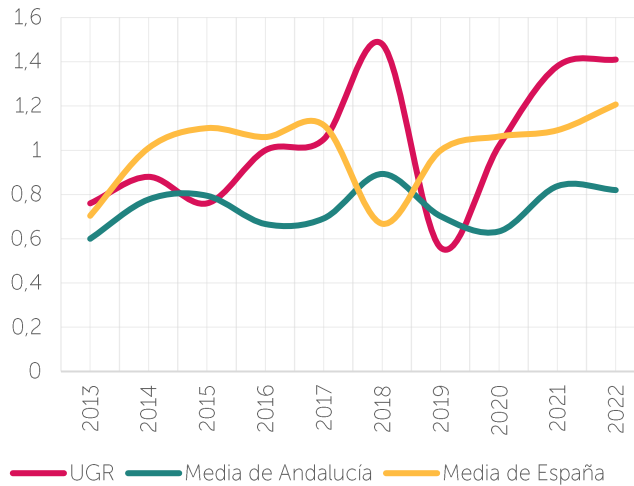
La Universidad de Granada supera al promedio del sistema universitario andaluz como al nacional en los dos últimos años, aunque se ha situado varios años por debajo de ambos, especialmente en el año 2019. A nivel nacional se sitúa en la posición 19ª pero es 1º a nivel andaluz considerando todo el periodo.

Gráfico 7.28. Número de becas FPI. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.29. Becas FPI por 100 profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Respecto a la evolución del número de becas FPU concedidas a la Universidad de Granada (gráfico 7.30) entre 2013 y 2022 presenta una tendencia inicialmente ascendente, seguida de una fase de estabilización y un descenso final. En 2013 la UGR obtuvo 67 becas, cifra que aumentó hasta alcanzar un máximo de 91 en 2019. A partir de ese año, se observa una bajada progresiva, cerrando 2022 con 70 becas, un valor similar al de 2013 y el más bajo desde 2015. A pesar de la caída reciente, la UGR ha mantenido durante la mayor parte del período cifras elevadas y constantes.

El promedio nacional se mantiene relativamente estable durante toda la serie, oscilando ligeramente entre los 13,5 y 14,0 en la mayoría de los años, salvo una caída destacada en 2018 (9,0) y una recuperación posterior hasta volver a los 14,0 en 2022. En cuanto a Andalucía, presenta una evolución algo más variable, el promedio andaluz ha estado por encima del nacional en todo el periodo, aunque ambos se mantienen bastante estables en términos relativos.

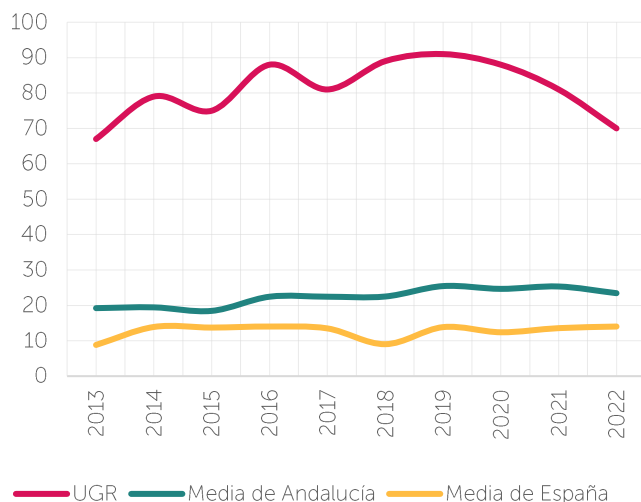
La Universidad de Granada destaca sobre los promedios del sistema universitario andaluz y nacional en todo el periodo, posiblemente también condicionado por el tamaño del UGR. En términos absolutos, la UGR se consolida como un actor destacado en la captación de becas FPU, con un rendimiento muy superior al promedio tanto regional como estatal.

Se sitúa como 1ª universidad en España por número absoluto de becas FPU.

Si tenemos en cuenta el dato por cada 100 profesores, la UGR presenta también resultados destacados (gráfico 7.31). La evolución de las becas FPU por cada 100 profesores en la Universidad de Granada muestra una tendencia ascendente hasta 2019, alcanzando el valor más alto de la serie con 3,61. Sin embargo, a partir de 2020, la cifra comienza a descender de manera constante hasta llegar a 2,60 en 2022, el valor más bajo registrado en el periodo analizado. A pesar de la caída en los últimos años, la UGR sigue destacando por la alta cantidad de becas FPU por cada 100 profesores, en comparación con los promedios regionales y nacionales.

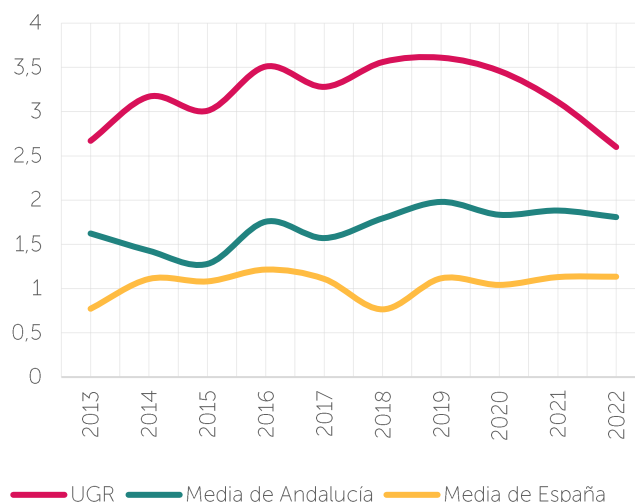
También es la 1ª a nivel nacional si se considera por cada 100 profesores.

Gráfico 7.30. Número de becas FPU. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.31. Becas FPU por 100 profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

En los contratos Juan de la Cierva, los datos de nuevo son positivos en el caso de la UGR (gráfico 7.32). El número de contratos Juan de la Cierva concedidos a la Universidad de Granada muestra una fuerte tendencia creciente entre 2013 y 2022, con una notable fluctuación. En 2013 la UGR tenía 3 contratos que aumentaron a 12 en 2014, número que se mantuvo constante en los siguientes dos años. Sin embargo, en 2016, la cifra aumentó a 17, y continuó subiendo, alcanzando un pico de 22 contratos en 2019. Tras una caída en 2020 a 14, se produjo una notable recuperación en 2022, con 24 contratos, el valor más alto registrado en el periodo.

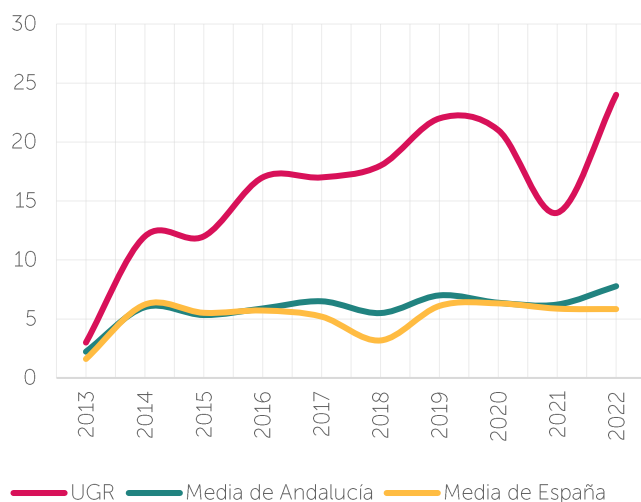
Las medias a nivel nacional muestran una evolución más moderada, con un aumento constante de 1,6 en 2013 a 5,8 en 2022. Sin embargo, las variaciones anuales son más pequeñas en comparación con la UGR. El promedio andaluz, por su parte, muestra un patrón similar al de la UGR, aunque en un rango más bajo, comenzando con 1,7 en 2013 y alcanzando 7,8 en 2022.

Considerando el promedio de toda la serie la UGR es 2ª a nivel nacional tras la Universidad de Barcelona.

Los datos de Juan de la Cierva por 100 profesores (gráfico 7.33) sigue una tendencia similar a la mostrada en los gráficos anteriores. En 2013, la UGR comenzó con un valor bajo de 0,12, pero a lo largo de los años experimentó un crecimiento notable. En 2019 mejoró hasta alcanzar un valor de 0,87. Sin embargo, en 2020 y 2021 hubo una ligera disminución (0,61 y 0,57, respectivamente). A pesar de esta caída, en 2022 la cifra se disparó a 0,89, el valor más alto registrado, consolidándose como la universidad con mayor rendimiento en cuanto a contratos Juan de la Cierva por cada 100 profesores.

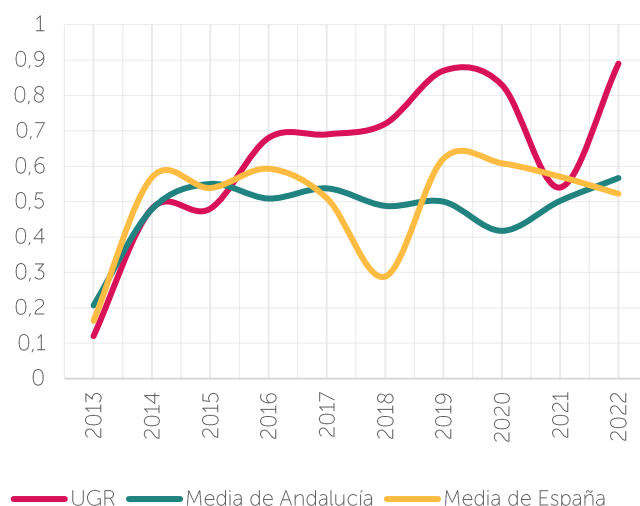
A nivel nacional, el promedio de contratos Juan de la Cierva por cada 100 profesores se mantuvo bajo durante todo el inicio del periodo, comenzando en 0,16 en 2013 y alcanzando un nivel muy superior hasta llegar al 0,52 en 2022. La Universidad de Granada supera significativamente tanto al promedio andaluz como al nacional en cuanto a contratos Juan de la Cierva por cada 100 profesores. A nivel nacional es la 11ª a nivel nacional por cada 100 profesores y 1ª andaluza.

Gráfico 7.32. Número de contratos Juan de la Cierva.
2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.33. Contratos Juan de la Cierva por 100
profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Respecto a contratos Ramón y Cajal la evolución muestra un notable aumento durante el periodo 2013-2022 (gráfico 7.34). Comenzando con 4 contratos en 2013, la UGR experimentó un crecimiento gradual hasta alcanzar 15 contratos en 2016. En 2018, los contratos aumentaron drásticamente a 9, y a partir de ahí, la cifra siguió subiendo, alcanzando 17 contratos en 2021 y un destacado 26 en 2022, el valor más alto en el periodo.

La Universidad de Granada superó de manera destacada tanto a la media del sistema universitario andaluz como al nacional desde el año 2019. La UGR es 3ª a nivel nacional y 1ª a nivel andaluz teniendo en cuenta el promedio de toda la serie. De nuevo, hay que tener en cuenta en valores absolutos el tamaño de la UGR.

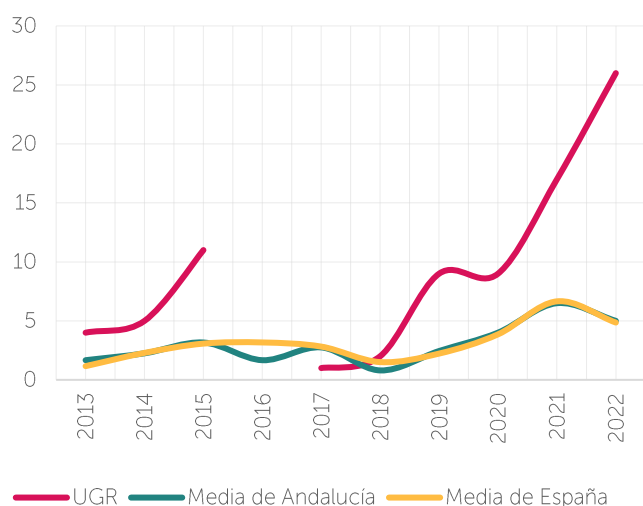
Si se tiene en cuenta el dato por cada 100 profesores el número de contratos Ramón y Cajal en la Universidad de Granada muestra un crecimiento notable entre 2013 y 2022 (gráfico 7.35). En 2013, la cifra era bastante baja, con solo 0,15, pero la UGR experimentó un aumento continuo hasta alcanzar 0,36 en 2019.



A partir de 2020, la UGR registró un crecimiento más pronunciado, con una cifra de 0,64 en 2021 y un aumento notable a 0,97 en 2022, alcanzando su punto máximo en el periodo. Esto destaca la progresiva mejora en la captación de estos contratos en relación con el número de profesores en la universidad. Aunque la tendencia fue ascendente, el crecimiento de Andalucía y España fue más lento que el de la UGR, reflejando una mejora progresiva, pero con incrementos más moderados.

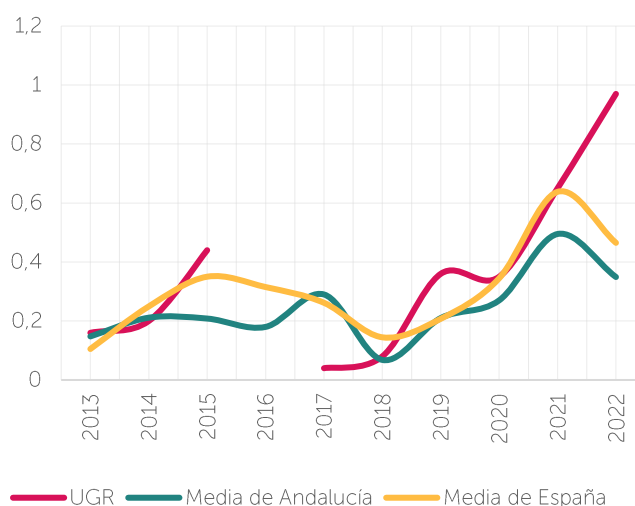
La UGR ha superado claramente tanto al promedio del sistema universitario andaluz como al nacional en contratos Ramón y Cajal por cada 100 profesores también desde el 2019. No obstante, se sitúa en la posición 17ª considerando el promedio de todo el período de 80 universidades. Si se posiciona, de nuevo, como la 1ª a nivel andaluz.

Gráfico 7.34. Número de contratos Ramón y Cajal. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.35. Número de contratos Ramón y Cajal por cada 100 profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Finalmente, en este apartado de capacidad formativa se analizan el número de tesis. Respecto al número de tesis defendidas (gráfico 7.36). El número de tesis defendidas en la Universidad de Granada presenta casi la misma cifra al inicio que al final del período (426 en 2013 frente a 428 en 2022). En 2016, la cifra aumentó significativamente a 515 tesis, y alcanzó su pico en 2017 con 652 tesis defendidas. Sin embargo, tras ese año, la UGR experimentó una caída en el número de tesis, con 515 tesis nuevamente en 2018 y 372 en 2019. A partir de 2020, la cifra volvió a crecer, alcanzando 437 tesis en 2021, y cerrando 2022 con 428 tesis defendidas.

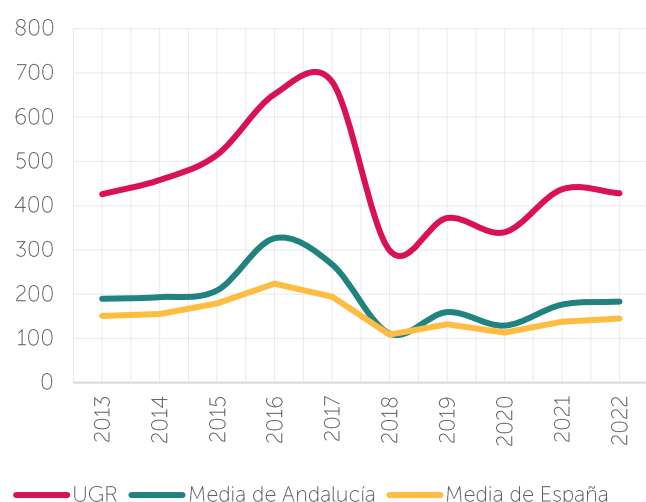
A nivel nacional y andaluz, el número de tesis ha mostrado una evolución similar. No obstante, la Universidad de Granada ha destacado de manera consistente sobre los promedios tanto andaluz como nacional en términos de tesis defendidas. En 2013, la UGR ya tenía 426 tesis, superando tanto a Andalucía (189,6) como a España (150,8). En 2022 sigue destacando con 428 tesis, comparado con las 145,3 de Andalucía y las 183,1 de España, lo que muestra su posición destacada en la producción de tesis.

A nivel nacional, en toda la serie, la UGR ocupa la 6ª posición por tesis. Es la 1ª de Andalucía.

El número de tesis defendidas por cada 100 profesores en la Universidad de Granada muestra una evolución similar, aunque con resultados más cercanos al promedio andaluz y nacional (gráfico 7.37). El punto negativo es el cierre de la serie ya que se comenzó con 16,99 tesis por cada 100 profesores en 2013 cerrando 2022 con 15,92 tesis, aunque después de recuperarse de una caída desde 2018.

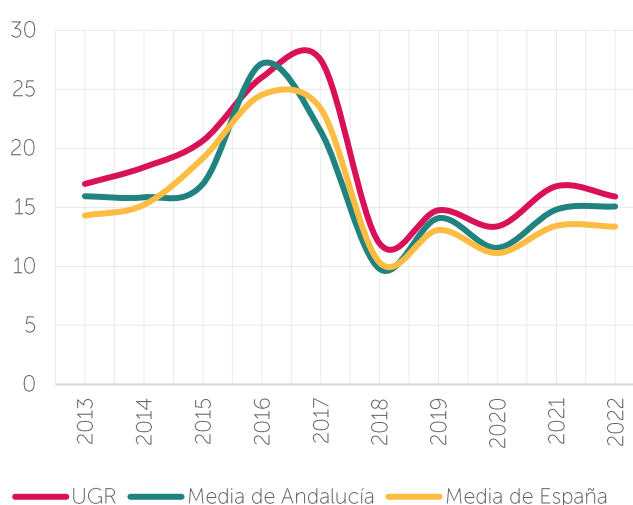
A nivel nacional y andaluz, el comportamiento ha sido similar, pero con la UGR superando a ambos desde 2017. La UGR es 26ª a nivel nacional y 3ª a nivel andaluz considerando el promedio de toda la serie.

Gráfico 7.36. Número de tesis. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.37. Tesis por 100 profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Innovación

Finalmente, IUNE ofrece indicadores sobre el desempeño en innovación con los siguientes apartados: patentes nacionales, contratos I+D y auditorías, importe facturado por prestación de servicios, licencias de patentes, extensiones de patentes PCT y spin-offs. Sin embargo, los indicadores de contratos I+D y de licencias no permite una comparación efectiva pues el propio IUNE advierte que los datos no están actualizados y hay muchas universidades que no han proporcionado información varios años. También en el caso de la prestación de servicios, aunque hay datos actualizados hay un importante volumen de datos no proporcionados por las universidades.

En primer lugar, respecto a las patentes nacionales los resultados se ofrecen en el gráfico 7.38. El número de patentes nacionales registradas por la UGR muestra un claro descenso entre 2013 y 2022, con un repunte en el último año 2022.

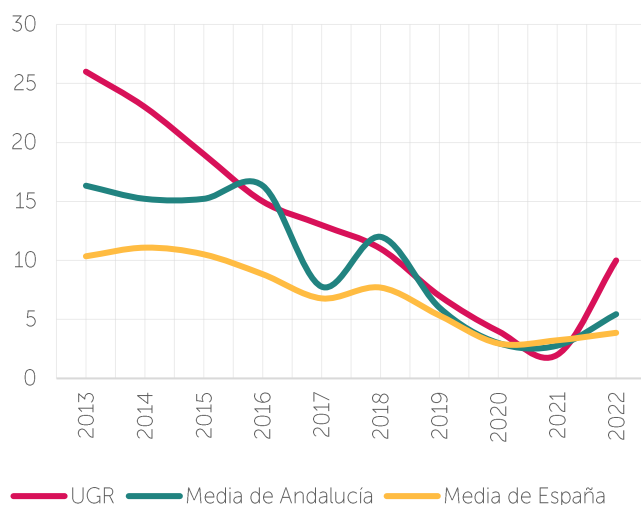
A nivel nacional, las patentes comenzaron en 10,4 en 2013 y siguieron una tendencia de caída progresiva. En cuanto a Andalucía, la evolución ha sido similar al promedio español, aunque por encima del nivel nacional la mayoría de los años.

En términos absolutos, la UGR estuvo por encima tanto de la media del sistema universitario andaluz como nacional durante la mayor parte del periodo, especialmente en 2013, con 26 patentes frente a 15,2 de Andalucía y 10,4 de España. Sin embargo, la UGR experimentó una caída significativa en el número de patentes en los años siguientes, alcanzando solo 3 patentes en 2020, lo que la puso al nivel de los promedios de Andalucía y España. En 2022, la UGR ha vuelto a colocarse muy por encima del nivel andaluz y nacional.

Teniendo en cuenta todo el promedio de todo el período de cada universidad, UGR se sitúa como 7ª universidad de España y 2ª de Andalucía tras la Universidad de Sevilla.

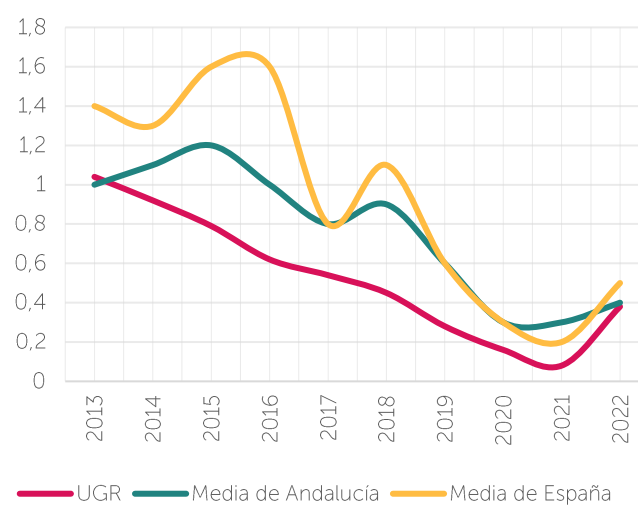
Si consideramos el número de patentes por cada 100 profesores (gráfico 7.39) en la Universidad de Granada muestra también una tendencia de descenso marcada a lo largo del período 2013-2022. Se sitúa por debajo del promedio andaluz y español toda la serie. De hecho, ocupa la posición 30ª a nivel nacional y 6ª a nivel andaluz.

Gráfico 7.38. Número de patentes. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.39. Número de patentes por 100 profesores.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

En segundo lugar, respecto a las extensiones PCT, el gráfico 7.40 muestra las cinco primeras universidades a nivel nacional junto con la media andaluza y española en el período 2013-2022. La UGR se sitúa 4ª a nivel nacional y 1ª andaluza doblando al número de extensiones de Andalucía y casi triplicando al promedio nacional.

Sin embargo, teniendo en cuenta las extensiones por cada 100 profesores, la UGR tiene un promedio muy cercano al nacional y andaluz siendo la segunda de Andalucía tras la Universidad de Sevilla.

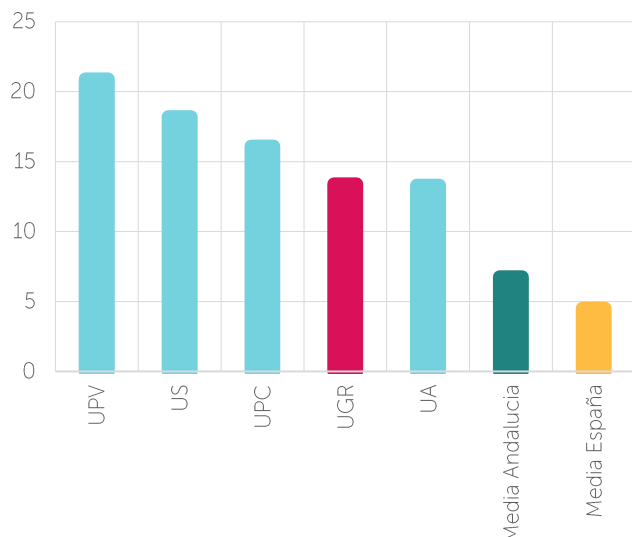
El gráfico 7.41 muestra estos resultados comparando la UGR con las 4 primeras universidades a nivel nacional y la primera andaluza. Considerando todas las universidades españolas, la UGR está en la posición 18.

En tercer lugar, respecto a las spin-offs, el gráfico 7.42 muestra que hay dos universidades que destacan sobre todas las demás, la Politécnica de Madrid y la Universidad del País Vasco. La UGR se sitúa en la 6ª posición a nivel nacional pero muy distanciada de estas dos universidades con promedio de casi 4 spin-offs. También es 2ª de Andalucía tras la de Sevilla, aunque con valores muy similares. La Universidad de Granada supera ampliamente el promedio andaluz y español.

Esta comparación por cada 100 profesores (gráfico 7.43), sin embargo, el promedio es muy similar al promedio de Andalucía y de España, alrededor de 0,16 spin-offs por cada 100 profesores.

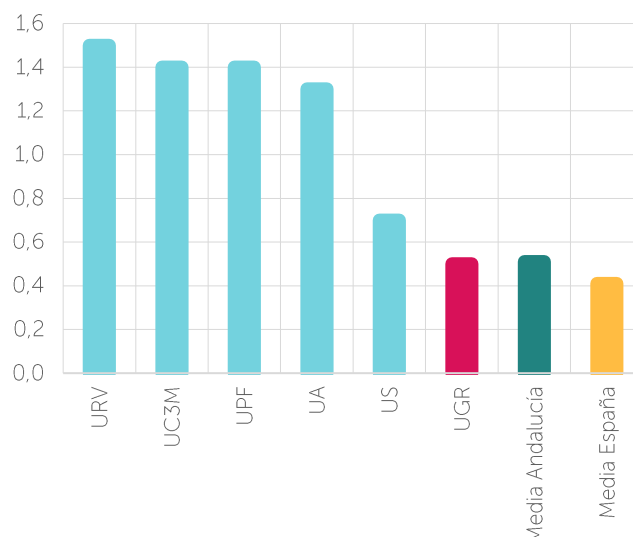
Se sitúa como 18ª de España y 3ª de Andalucía donde lideran la Universidad de Jaén.

Gráfico 7.40. Número de extensiones PCT. 2013-2022



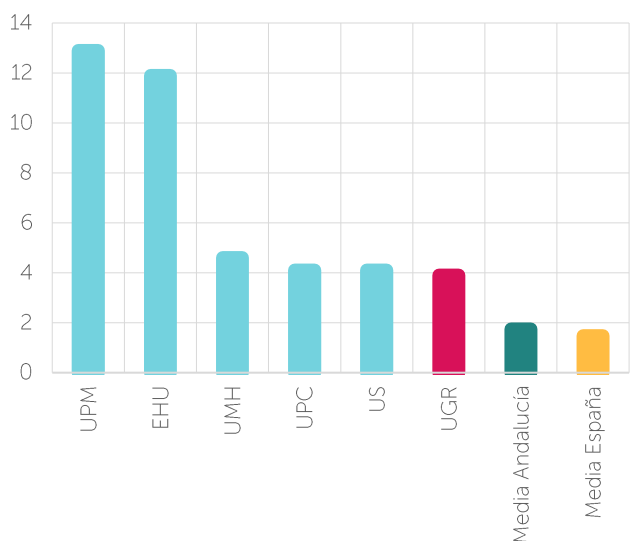
Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.41. Número de extensiones PCT por 100 profesores. 2013-2022



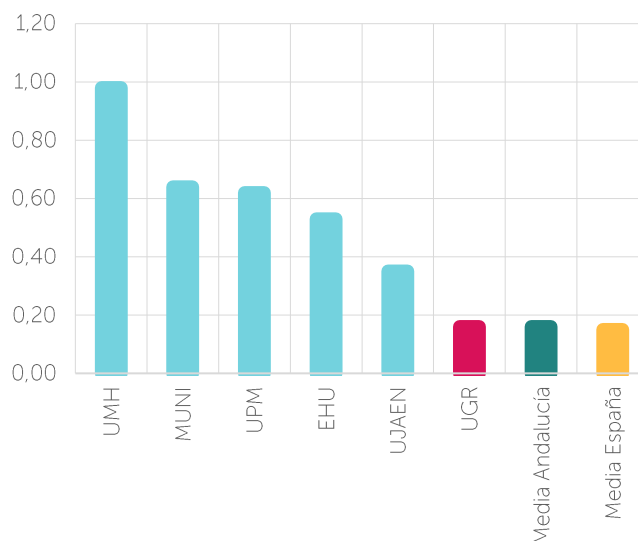
Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.42. Número de spin-off. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

Gráfico 7.43. Número de spin-off por cada 100 profesores. 2013-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IUNE

En la tabla 7.4 se ofrece un resumen de los resultados alcanzados por la UGR teniendo en cuenta su posición según el promedio del período 2013-2022. También se incluyen indicadores no comentados de forma pormenorizada en este análisis sobre documentos no citados, documentos en acceso abierto o colaboraciones en publicaciones emergentes.

Tabla 7.4. Resumen de posiciones de la UGR en indicadores IUNE

Indicador	Posición España	Posición Andalucía
Profesorado	3	2
Sexenios	2	1
Publicaciones por universidad	6	1
Publicaciones por profesor	20	2
Publicaciones en colaboración nacional	6	1
Publicaciones en colaboración internacional	7	1
Publicaciones primer cuartil	33	4
Publicaciones Top 3	41	5
Citas por universidad	8	1
Citas por profesor	20	4
Documentos no citados	60	8
Documentos en acceso abierto	6	1
Publicaciones emergentes por universidad	3	2
Citas de publicaciones emergentes por universidad	5	1
Publicaciones emergentes en colaboración nacional	5	1
Publicaciones emergentes en colaboración internacional	4	1
Documentos emergentes en acceso abierto	6	1
Proyectos del plan nacional	3	1
Proyectos del plan nacional por 100 profesores	16	2
Programas Marco	9	1
Programas Marco por 100 profesores	31	3
Ingresos generados por la investigación	9	2
Ingresos liquidados por operaciones no financieras	5	2
Becas FPI	5	1
Becas FPI por 100 profesores	19	1
Becas FPU	1	1
Becas FPU por 100 profesores	1	1
Contratos Juan de la Cierva	2	1
Contratos Juan de la Cierva por 100 profesores	11	1
Contratos Ramón y Cajal	3	1
Contratos Ramón y Cajal	17	1
Tesis defendidas	6	1
Tesis defendidas por 100 profesores	26	3
Patentes nacionales	7	2
Patentes nacionales por 100 profesores	30	6
Extensiones PCT	4	1
Extensiones PCT por 100 profesores	18	1
Spin-off	6	2
Spin-off por 100 profesores	18	3
Importe facturado por prestación de servicios	13	1
Importe facturado de servicios por 100 profesores	42	7
Licencias	32	4
Licencias por 100 profesores	45	7



A photograph of a modern university campus. In the background, three tall, white, rectangular buildings with many windows stand against a blue sky with scattered white clouds. In the foreground, there is a green lawn with some trees and a paved walkway with a metal railing. The right side of the image is a solid magenta color.

8

Análisis de la
producción científica
por especialidades de
la UGR

8.1. Introducción

Para analizar la producción científica en los diferentes campos y áreas, una de las fuentes de datos mejores es el *Global Ranking of Academic Subjects* (GRAS) del ranking de Shanghai.

El GRAS contiene datos de 5 campos: *Natural Sciences* con 8 especialidades; *Engineering* con 23 especialidades; *Life Sciences* con 4 especialidades; *Medical Sciences* con 6 especialidades; y *Social Sciences* con 14 especialidades.

Para que una universidad sea seleccionada, y por tanto considerada en el análisis, debe tener un mínimo de publicaciones en el período 2019-2023. Este mínimo oscila entre 25 publicaciones en el caso de *Public Administration* y *Mining & Mineral Engineering* y 300 para casos como *Physics* y *Clinical Medicine*. Además, el número de universidades es diferente según especialidad, oscila entre 50 para algunas especialidades de ingeniería (*Aerospace*; *Marine/Ocean*; *Textile*) y 500 en la mayoría de los casos (casi en el 40% de las especialidades). La relación de campos (fields) y especialidades (subjects), manteniendo la denominación que utiliza GRAS, con el número de universidades en cada una de ellas y el mínimo de publicaciones necesario para cada una de ellas se muestra en la tabla 8.1.

Los indicadores que utiliza GRAS son los siguientes:

The World-Class Faculty que contiene 4 indicadores

- International Academic Award Laureates (Laureate).
- Highly Cited Researchers (HCR).
- Chief Editors of International Academic Journals (Editor).
- International Academic Organization Leadership (Leadership).

The World-Class Output que contiene los siguientes indicadores:

- Top Journal Papers (TJ), número de artículos de revistas Top de la encuesta Academic Excellence Survey of the Shanghai Ranking
- International Academic Awards (Award).

High-Quality Research category

- Q1 Journal Papers (Q1), número de publicaciones de la especialidad en revistas Q1 por factor de impacto de la Web of Science en la base de InCites.

Research Impact category

- Category Normalized Citation Impact (CNCI), es el cociente entre las citas de un artículo y las medias de todos los artículos publicados en la misma categoría, de acuerdo con InCites.

International Collaboration category

- International Collaborated Papers (IC), ratio de artículos con autores de al menos dos países, de acuerdo con InCites.

Tabla 3.1. Relación de campos y especialidades con el número mínimo de publicaciones para ser seleccionado y el número de universidades en cada caso

Fuente: Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)

Fields	Subjects	Nº de publicaciones mínimo	Universidades consideradas
Natural Sciences	Mathematics	100	500
	Physics	300	500
	Chemistry	200	500
	Earth Sciences	100	500
	Geography	100	300
	Ecology	100	500
	Oceanography	50	200
	Atmospheric Science	50	400
Engineering	Mechanical Engineering	100	400
	Electrical & Electronic Engineering	150	500
	Automation & Control	100	200
	Telecommunication Engineering	100	300
	Instruments Science & Technology	100	300
	Biomedical Engineering	100	300
	Computer Science & Engineering	150	500
	Civil Engineering	100	300
	Chemical Engineering	100	500
	Materials Science & Engineering	200	500
	Nanoscience & Nanotechnology	150	400
	Energy Science & Engineering	200	400
	Environmental Science & Engineering	200	500
	Water Resources	100	200
	Food Science & Technology	100	300
	Biotechnology	100	500
	Aerospace Engineering	50	50
	Marine/Ocean Engineering	50	50
	Transportation Science & Technology	50	200
	Remote Sensing	50	100
	Mining & Mineral Engineering	25	100
	Metallurgical Engineering	100	200
	Textile Science & Engineering	50	50
Life Sciences	Biological Sciences	200	500
	Human Biological Sciences	100	500
	Agricultural Sciences	100	500
	Veterinary Sciences	50	300
Medical Sciences	Clinical Medicine	300	500
	Public Health	200	500
	Dentistry & Oral Sciences	50	300
	Nursing	50	300
	Medical Technology	100	400
	Pharmacy & Pharmaceutical Sciences	100	500
Social Sciences	Economics	50	500
	Statistics	100	200
	Law	50	300
	Political Sciences	50	400
	Sociology	50	200
	Education	50	500
	Communication	50	200
	Psychology	100	500
	Business Administration	50	400
	Finance	50	200
	Management	50	500
	Public administration	25	200
	Hospitality & Tourism Management	50	200
	Library & Information Science	50	100

Los índices de las revistas top, premios académicos internacionales y organizaciones académicas clave se basan en la *Academic Excellence Survey (AES) de Shanghai Ranking*.

Las ponderaciones de cada indicador varían según las diferentes especialidades.

A la universidad con mayor puntuación en un indicador se le asigna el valor 100 y tomando éste como referente se calculan las puntuaciones de las demás universidades. Así se hace con todos los indicadores. Finalmente, se aplican las respectivas ponderaciones de los indicadores y se obtiene la puntuación global de cada universidad con la que se establece un ranking para cada especialidad o *subjects*.

8.2. Análisis de las especialidades de Ciencias Naturales

En la especialidad de *Matemáticas* aparecen 14 universidades españolas (véase gráfico 8.1). La puntuación media de las universidades españolas está en el 97,8% de la puntuación media de las 500 universidades de esta especialidad. Las universidades españolas alcanzan la misma puntuación media que el conjunto para el indicador calidad del profesorado (*World-Class Faculty*), está algo por encima en colaboración internacional (102%) y aún más para el indicador de calidad de la investigación o *High Quality Research* (114%); mientras se queda por debajo en impacto de la investigación (94,6%) y aún más en el indicador de excelencia de la producción o *World-Class Output* (64%).

En esta especialidad hay dos universidades andaluzas: Universidad de Granada y Universidad de Sevilla.

La UGR ocupa el puesto 69 de las 500 universidades del mundo seleccionadas y la primera entre las españolas. Está por encima de la media española e internacional en los indicadores de calidad del profesorado (*World-Class Faculty*); calidad de los resultados académicos (*World-Class Output*) y de la investigación (*High Quality Research*) aunque está por debajo del impacto de la investigación tanto respecto a la media española como internacional. En cuanto a colaboración internacional está muy próxima a dichas medias.

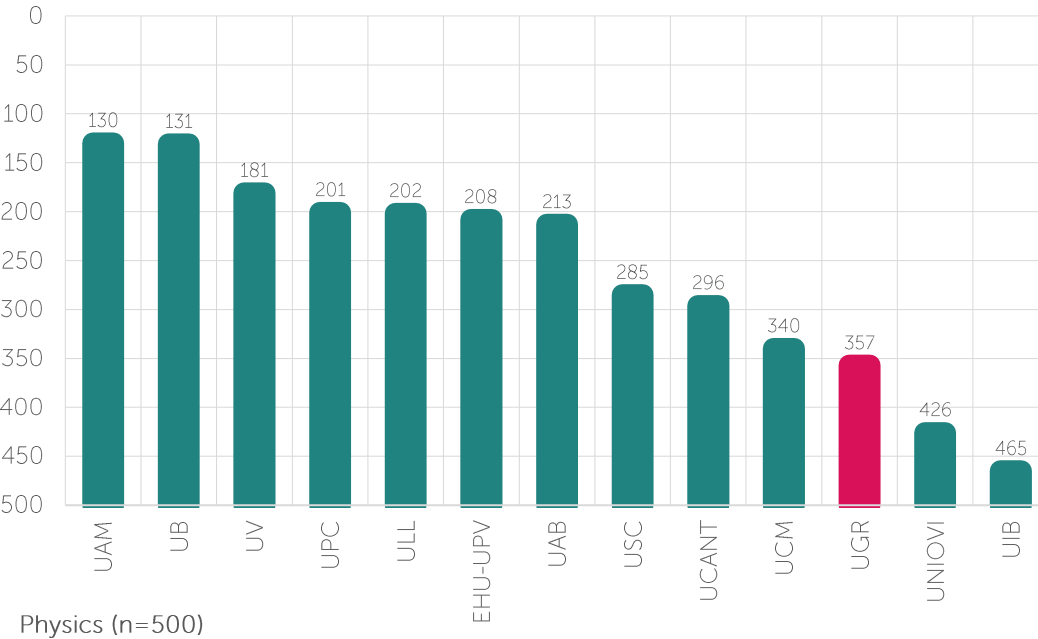
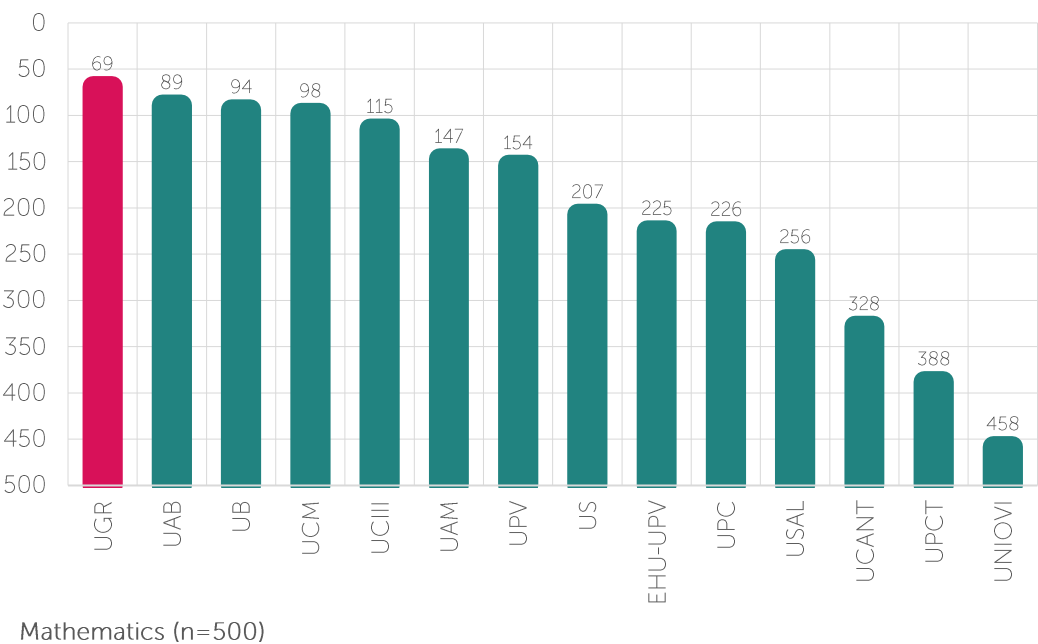
La Universidad de Sevilla ocupa el puesto 207 de las 500 seleccionadas y es la octava española, siendo su principal punto débil respecto al resto de universidades españolas y del resto del mundo la puntuación en *World-Class Output*, mientras que supera claramente la puntuación media tanto global como de las universidades españolas en *High Quality Research* (véase tabla 8.2).

En *Física* hay 13 universidades españolas (gráfico 8.1) cuya puntuación media alcanza un 88,9% de la media global. La puntuación media de las universidades españolas es muy parecida a la media global en publicaciones Q1 (alta calidad), algo por encima de la media en impacto (106,5%) y colaboración internacional (107,4%), aunque sensiblemente por debajo en publicaciones top y premios o *World-Class Output* (83,3%) y sobre todo en reconocimiento de su profesorado *World-Class Faculty* que solamente alcanza un 36,1% de la media global.

Solamente hay una universidad andaluza, la UGR, que ocupa la posición 357 de las universidades del mundo y la 11 de las españolas. Salvo en colaboración internacional en la que tiene una puntuación parecida a la media española y superior a la media internacional, en el resto de indicadores está por debajo de la media de las universidades españolas e internacionales, especialmente en *World-Class Output* y sobre todo *World-Class Faculty* (Tabla 8.2).

Gráfico 8.1: Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Naturales: Matemáticas y Física

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghái (2024)



Son 15 universidades españolas las que figuran entre las 500 de la especialidad de *Química* (gráfico 8.2) que alcanzan el 80,1% de la puntuación media de las 500 universidades de esta especialidad. Las universidades españolas solo superan a la puntuación media general en colaboración internacional (114,3%), en el resto de indicadores está sensiblemente por debajo de la media general: en el 87,7% de impacto; 83,9% de investigación de calidad; un 78,1% del indicador que mide la excelencia de la producción académica o *World-Class Output*; y un porcentaje bastante más bajo en la excelencia del profesorado con un 46,6%.

En esta especialidad solamente hay una universidad andaluza: Universidad de Sevilla, en el puesto 482 y la penúltima de las españolas. La US está por debajo de todos los indicadores tanto respecto a la media española como a la media general.

En *Ciencias de la Tierra* hay 11 universidades españolas entre las 500 de la especialidad (gráfico 8.2) que alcanzan un 86,1% de la puntuación media general. De nuevo las universidades españolas superan la media general en colaboración internacional (107,6%), están cerca del impacto medio general (98%), estando más alejados de la media general en la calidad de la investigación (88,5%), la excelencia del profesorado (86,1%) y en la excelencia de la investigación (56,9%), donde más distancia les separa.

Solamente hay una universidad andaluza en *Ciencias de la Tierra*: la Universidad de Granada, que ocupa la tercera posición de las españolas y la 186 de las 500 universidades seleccionadas. La puntuación general de la UGR supera a la media española (119,4%), además supera a la media española en todos los indicadores especialmente en excelencia de la producción académica (169,9%) y calidad de la investigación (140,4%); en menor medida también supera a la media española en excelencia del profesorado (117,1%) y colaboración internacional (102,2%). El único indicador en el que está por debajo de la media española es en impacto de la investigación (89,8%). La media general de la UGR está ligeramente por encima de la media general de todas las universidades (102,8%). Está claramente por encima en calidad de la investigación (124,1%) y colaboración internacional (110%), prácticamente coincide con la media general en excelencia del profesorado (100,8%) y por debajo en excelencia de la producción (96,7%) y en impacto de la investigación (88%) (ver tabla 8.2).

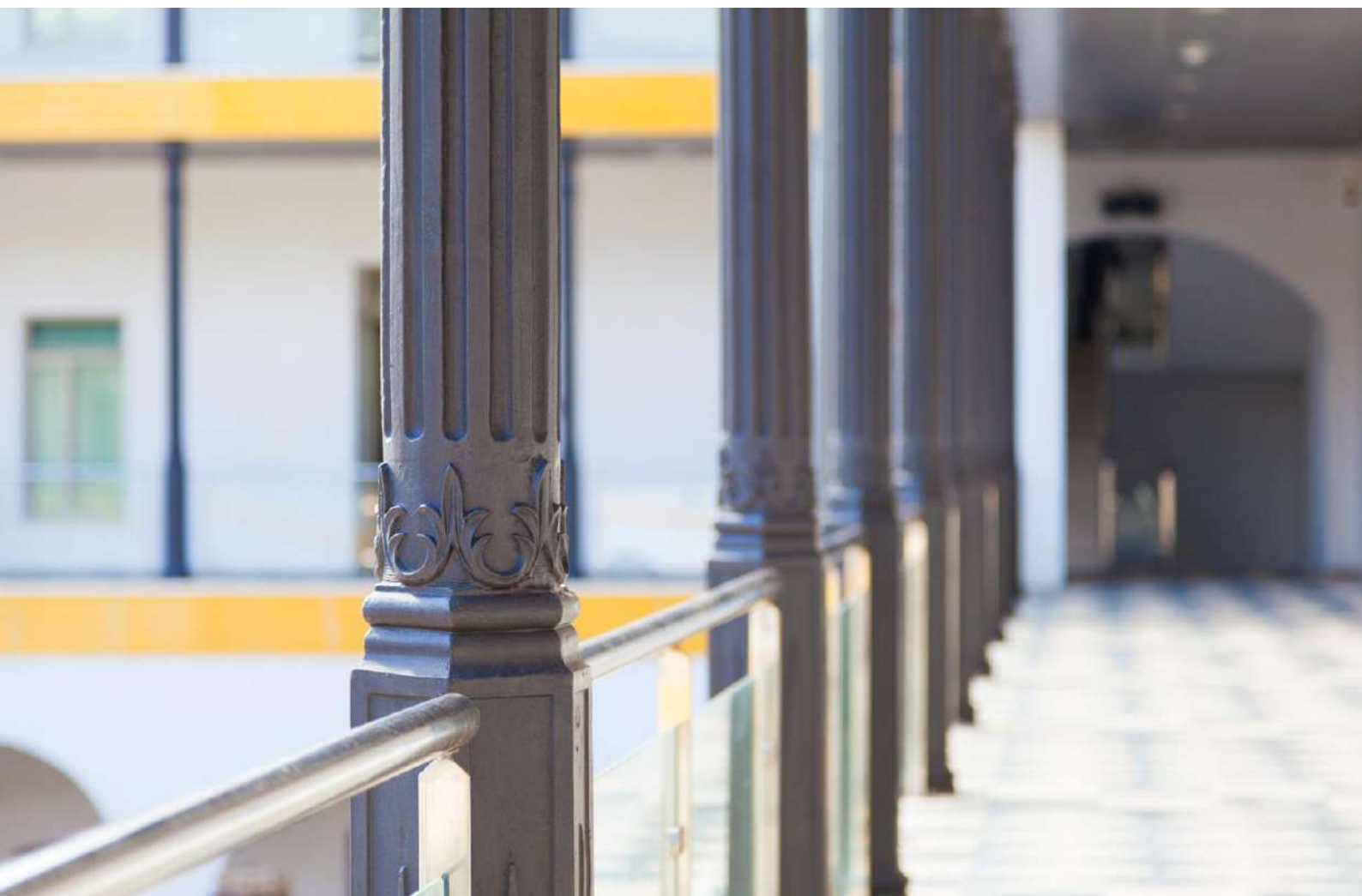


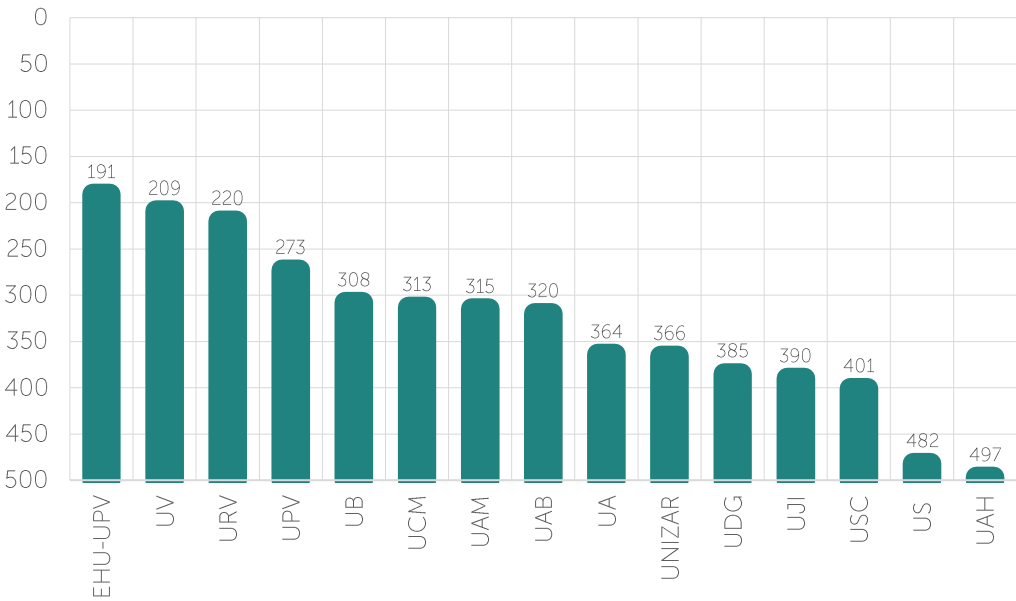
Tabla 8.2. Relación entre las puntuaciones de la UGR (en las especialidades que aparece) respecto de la media española y la media total para los indicadores del GRAS en Ciencias Naturales

	World-Class Faculty	World-Class Output	High Quality Research	Research Impact	International Collaboration	Total Score
Matemáticas						
% UGR/España	153,5	165,5	138,3	96,2	97,0	125,9
% UGR/Total	153,6	106,1	157,8	91,1	99,1	123,1
Física						
% UGR/España	62,7	83,4	88,4	87,6	99,0	86,9
% UGR/Total	22,6	69,5	88,6	93,3	106,3	77,2
Ciencias de la Tierra						
% UGR/España	117,1	169,9	140,2	89,8	102,2	119,4
% UGR/Total	100,8	96,7	124,1	88,0	109,9	102,8
Ecología						
% UGR/España	0,0	102,6	105,3	85,9	97,2	93,1
% UGR/Total	0,0	81,0	87,4	87,7	103,8	80,8
Ciencias Atmosféricas						
% UGR/España	253,1	54,5	110,4	84,8	103,7	93,1
% UGR/Total	51,2	34,3	85,9	83,0	110,0	75,3

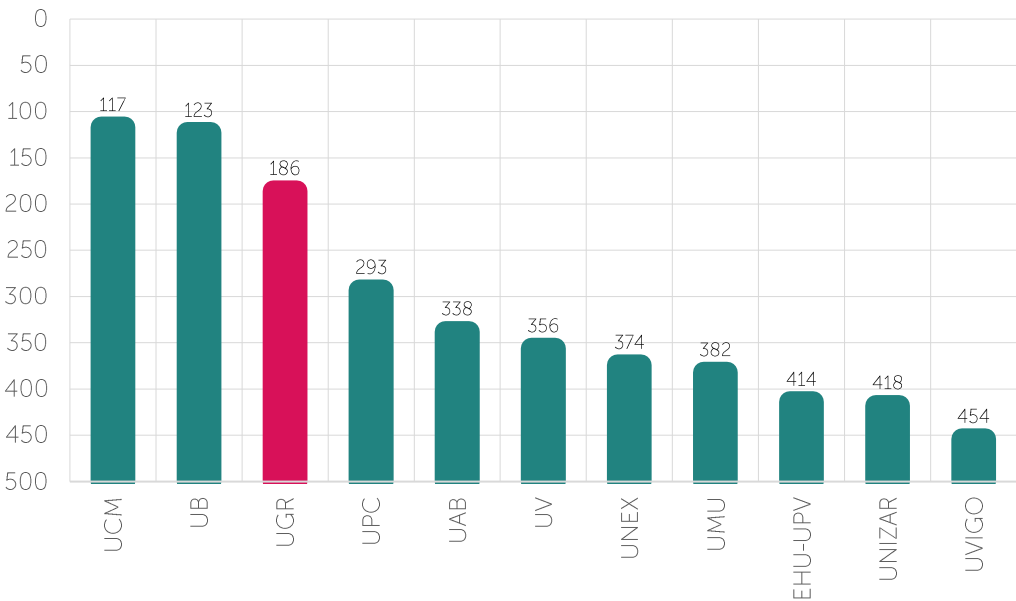
Fuente: elaboración propia a partir de *Global Ranking of Academic Subjects* (GRAS) del ranking de Shanghái (2024).

Gráfico 8.2: Posición universidades españolas. 2024
Global Ranking of Academic Subjects.
Ciencias Naturales: Química y Ciencias de la Tierra

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Chemistry (n=500)



Earth Sciences (n=500)

En la especialidad de *Geografía* solamente aparecen 3 universidades españolas (gráfico 8.3). La puntuación media de las universidades españolas está en el 96% de la puntuación media de las 300 universidades de esta especialidad. Las universidades españolas destacan en el indicador *World-Class Faculty*, en el que están claramente por encima (155,5%), en colaboración internacional (114%) y calidad de la investigación (109,1%). Están por debajo de la media internacional en impacto (91,1%) y sobre todo en excelencia de la producción (50%). Las tres universidades españolas son Autónoma de Barcelona, Barcelona y Complutense. No hay ninguna universidad andaluza.



En *Ecología* se da la presencia más numerosa de universidades españolas, de las 500 universidades 24 son universidades españolas (gráfico 8.3). La puntuación media general de las españolas alcanza el 86,8% de la media global. Las universidades españolas superan a la media general, aunque por poco en colaboración internacional (106,8%) y en impacto de la investigación (102,1%); pero por debajo en el resto de indicadores, como calidad de la investigación (83%), excelencia de la investigación (78,9%) y excelencia del profesorado (49,6%).

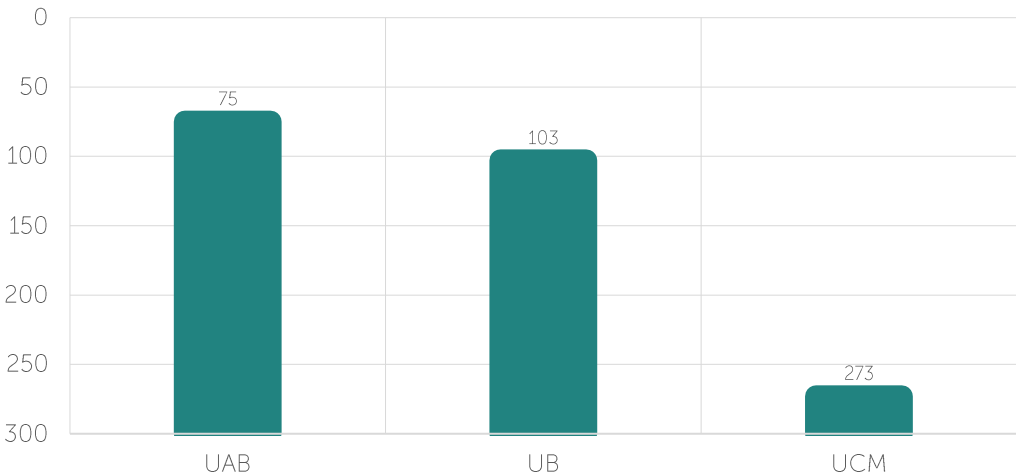
También es numerosa la presencia de universidades andaluzas en esta especialidad, en total son cuatro. En primer lugar, la universidad de Pablo de Olavide que ocupa la posición 5 de las españolas y la 250 del mundo; sigue la Universidad de Granada en la posición 14 de las españolas y 349 del mundo; después la de Sevilla con posiciones 15 y 351, respectivamente. Finalmente, la universidad de Cádiz en las posiciones 17 y 364, respectivamente.

Las universidades andaluzas tienen una media general por debajo de la media española, sobre todo por la menor puntuación en los indicadores de excelencia de profesorado, excelencia de producción y calidad de investigación, aunque tienen mayor puntuación por impacto de la investigación y por colaboración internacional.

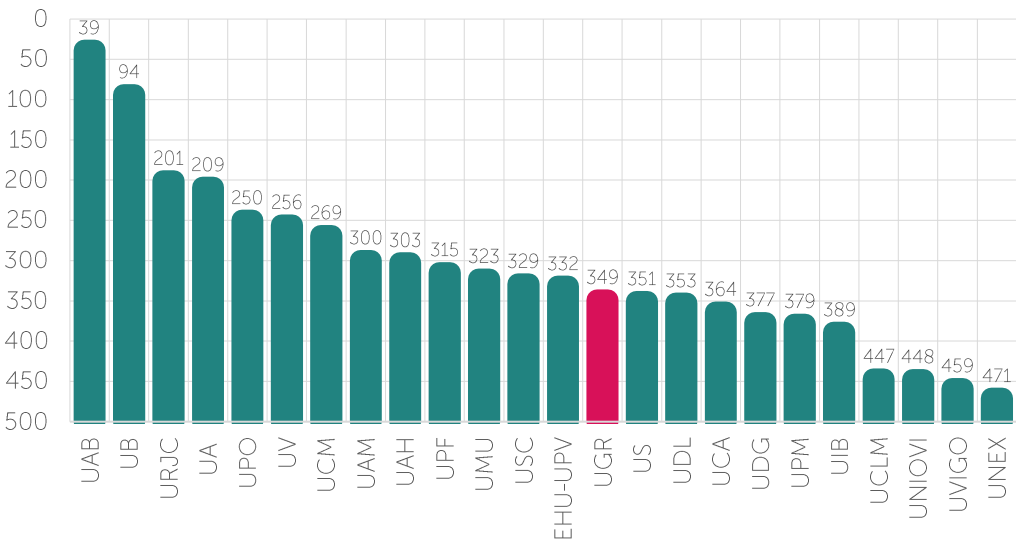
La Universidad de Granada tiene una puntuación media por debajo de la media española y mundial. Supera a la media española en los indicadores de excelencia en investigación y en calidad de la investigación, pero es menor en colaboración internacional, impacto y sobre todo en excelencia del profesorado. Con respecto a la media de todas las universidades, la de Granada solamente está por encima en colaboración internacional, mientras que en excelencia de investigación, calidad e impacto de la investigación tiene puntuaciones entre el 80 y el 90% de la media internacional (tabla 8.2).

Gráfico 8.3. Posición universidades españolas. 2024
Global Ranking of Academic Subjects.
Ciencias Naturales: Geografía y Ecología

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghái (2024)



Geography (n=300)



Ecology (n=500)

En *Oceanografía*, de las 200 universidades seleccionadas hay 7 españolas (gráfico 8.4) que presentan una puntuación media del 86,1% de la puntuación media de esta especialidad. Las universidades españolas superan a la puntuación media general en colaboración internacional (111,5%) y sobre todo en excelencia del profesorado (137,4%), en el resto de indicadores ocurre lo contrario. Se está por debajo en impacto (94,5%) y más aún en excelencia en producción (69,9%) y calidad de la investigación (68,3%).

En esta especialidad solamente hay una universidad andaluza: Universidad de Cádiz, la última de las españolas y en el puesto 194 de 200. Está por debajo de la puntuación media de los indicadores tanto de las internacionales como de las españolas (solamente con la excepción de colaboración internacional en este caso)

En *Ciencias Atmosféricas* hay 14 universidades españolas entre las 400 de la especialidad (gráfico 8.4) que alcanzan un 89,3% de la puntuación media general. Otra vez las universidades españolas superan la media general en colaboración internacional (106,1%), están cerca del impacto

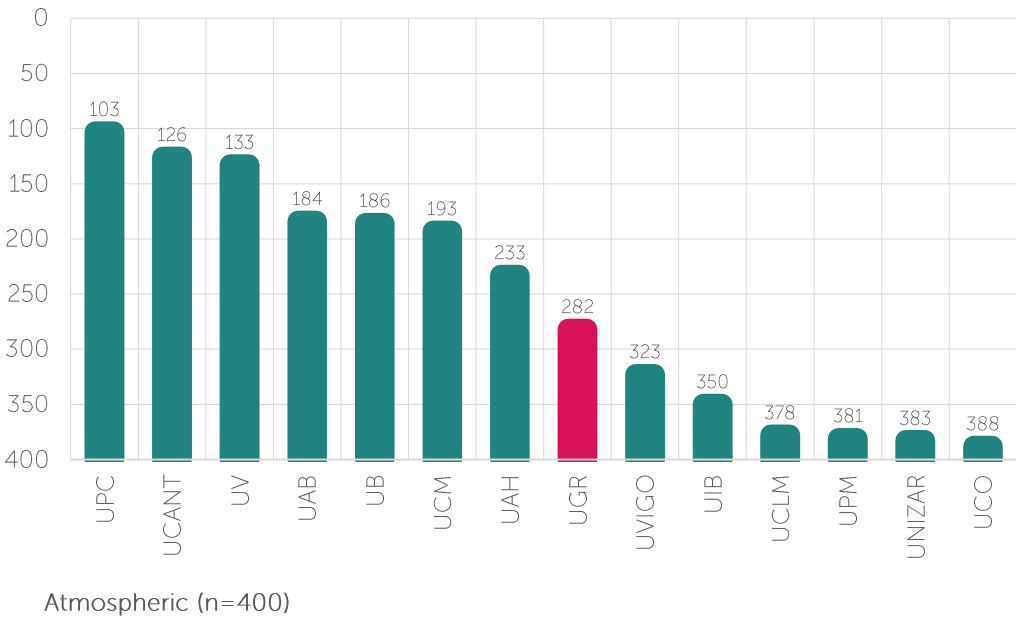
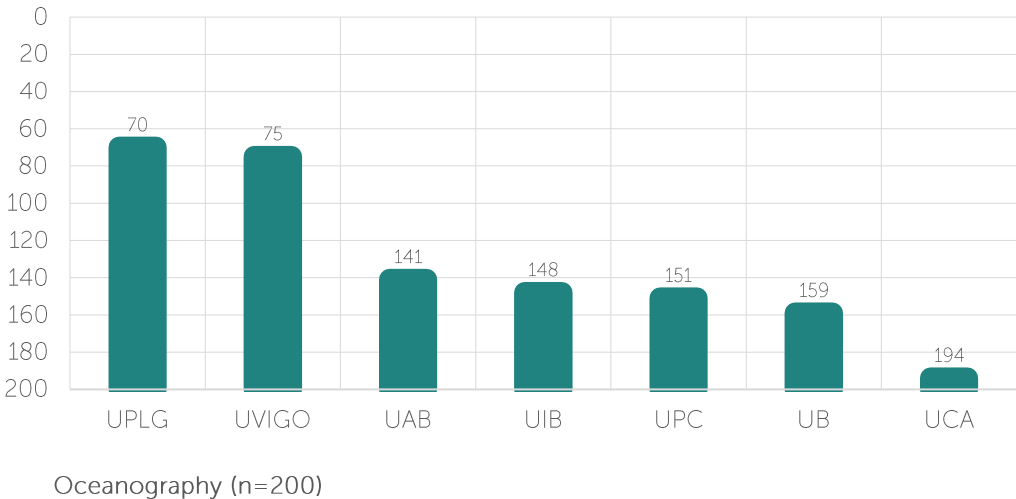
medio general (97,9%) y están más alejados de la media general en la calidad de la investigación (77,8%); excelencia en la investigación (63%) y donde más distancia hay es en la excelencia del profesorado (20,2%).

En esta especialidad hay dos universidades andaluzas. Por un lado, la Universidad de Granada que ocupa la octava posición de las españolas y la 282 de las 400 universidades seleccionadas. Por otro lado, la Universidad de Córdoba en la posición 388 sobre 400 y la última de las españolas. La puntuación general de la UGR está por debajo de la media general de las universidades españolas (93,1%) y de la media internacional (75,3%).

En *Ciencias Atmosféricas*, la UGR supera ampliamente a la media de las universidades españolas seleccionadas en excelencia del profesorado y, aunque con menos diferencia, en calidad de la investigación y colaboración internacional. Respecto a la media del total de las universidades solamente está por encima la puntuación en colaboración internacional; en el resto de indicadores la UGR estaba por debajo de la media general sobre todo en los indicadores de excelencia del profesorado y de la investigación (tabla 8.2).

Gráfico 8.4. Posición universidades españolas. 2024
 Global Ranking of Academic Subjects.
 Ciencias Naturales: Oceanografía y Ciencias Atmosféricas

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



8.3. Análisis de las especialidades de Ciencias de la Vida

En la especialidad de *Ciencias Agrarias* figuran 32 universidades españolas (gráfico 8.5). La puntuación media de las universidades españolas está en el 92,6% de la puntuación media de las 500 universidades de esta especialidad. Las universidades españolas solamente están por encima en la puntuación media internacional en el impacto de la investigación (106%); están entre el 90 % y el 100 % en los indicadores de colaboración internacional y calidad de la investigación, mientras que en el resto de métricas se sitúan por debajo del 90 %, e incluso por debajo del 80 % en lo relativo a la excelencia del profesorado.

En esta especialidad hay una amplia presencia de universidades andaluzas:

- Universidad de Córdoba (posición 1ª de España y 47ª de 500).
- Universidad de Sevilla (posición 3ª de España y 105ª de 500).
- Universidad de Almería (posición 7ª de España y 162ª de 500).
- Universidad de Málaga (posición 22ª de España y 349ª de 500).
- Universidad de Granada (posición 23ª de España y 351ª de 500).
- Universidad de Cádiz (posición 28ª de España y 439ª de 500).
- Universidad Pablo de Olavide (posición 32ª de España y 480ª de 500).

La puntuación media de las universidades andaluzas supera a la media española (103,8%) pero no a la internacional, situándose en el 96,1% de la puntuación media del conjunto general de universidades seleccionadas. En la mayoría de los indicadores las puntuaciones medias de las universidades andaluzas prácticamente coinciden con la media de las universidades españolas, aunque están algo por encima en colaboración internacional y sobre todo en excelencia del profesorado o *World-Class Faculty*.

La puntuación general de la UGR está por debajo de la media andaluza, española e internacional. En coherencia la puntuación de los indicadores de la UGR está por debajo de la media española e internacional, con la excepción de la colaboración internacional y del impacto de la investigación (Tabla 8.3).

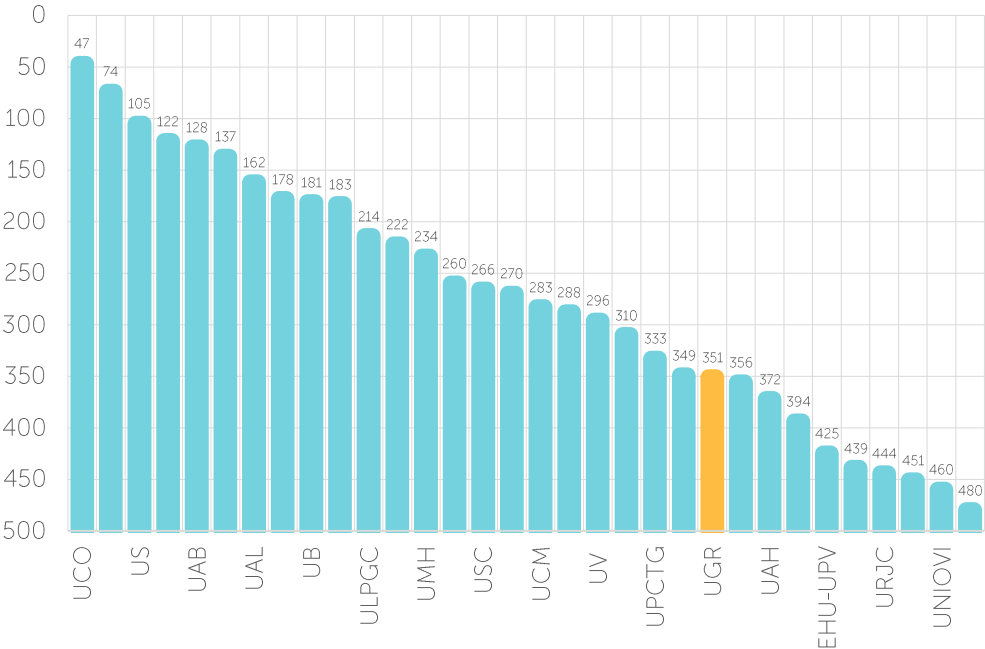
En *Biología* hay 15 universidades españolas, entre las 500 seleccionadas (gráfico 8.5), con una puntuación media del 82,2% de la media global. La puntuación media de las universidades españolas se sitúa por encima de la media internacional en colaboración internacional (104,8 %); ligeramente por debajo en impacto de la investigación (97,9 %); por debajo del 90 % en calidad de la investigación o artículos Q1 y en excelencia investigadora; y por debajo del 60 % en excelencia del profesorado y de la investigación.

Hay dos universidades andaluzas en *Biología*, la Universidad de Sevilla (posición 5ª de España y posición general 282ª de 500) y la Universidad de Granada (posición 12ª de España y posición general 475ª de 500). Las puntuaciones medias de las universidades andaluzas están por debajo de las medias de las universidades españolas e internacionales.

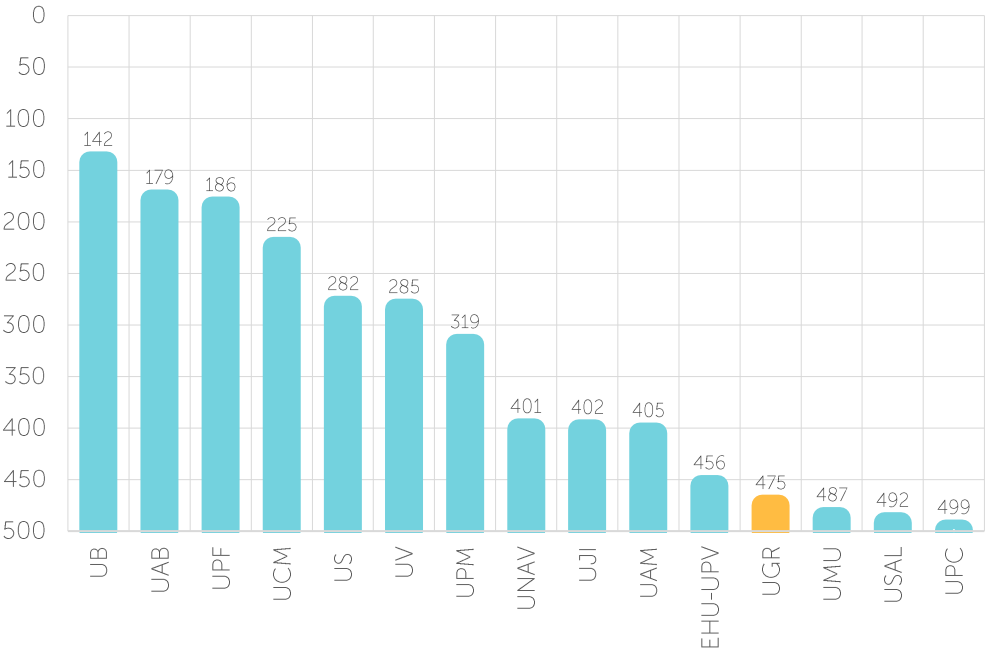
En concreto, la puntuación de la UGR está por debajo en todos los indicadores con respecto a la media española e internacional, con la excepción de la colaboración internacional (tabla 8.3).

Gráfico 8.5. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias de la Vida: Ciencias Agrarias y Ciencias Biológicas

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Agricultural Sciences (n=500)



Biological Sciences (n=500)

Tabla 8.3. Relación entre las puntuaciones de la UGR (en las especialidades que aparece) respecto de la media española y la media total para los indicadores del GRAS en Ciencias de la Vida

	World-Class Faculty	World-Class Output	High Quality Research	Research Impact	International Collaboration	Total Score
Ciencias Agrarias						
% UGR/España	0,0	89,5	90,6	107,9	97,9	89,7
% UGR/Total	0,0	79,8	79,3	106,3	103,8	83,1
Ciencias Biológicas						
% UGR/España	33,7	59,2	101,5	98,8	102,0	86,6
% UGR/Total	20,2	32,1	87,1	96,8	106,9	71,2

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024).

En *Biología Humana* de las 500 universidades seleccionadas hay 11 españolas (gráfico 8.6) que presentan una puntuación media del 86,7% de la puntuación media de esta especialidad. Las universidades españolas superan a la puntuación media general en colaboración internacional (106,4%), está muy próxima a la media general en impacto de la investigación (98,6%), entre el 80-90% en calidad y excelencia de la investigación y bastante inferior en excelencia del profesorado (43%).

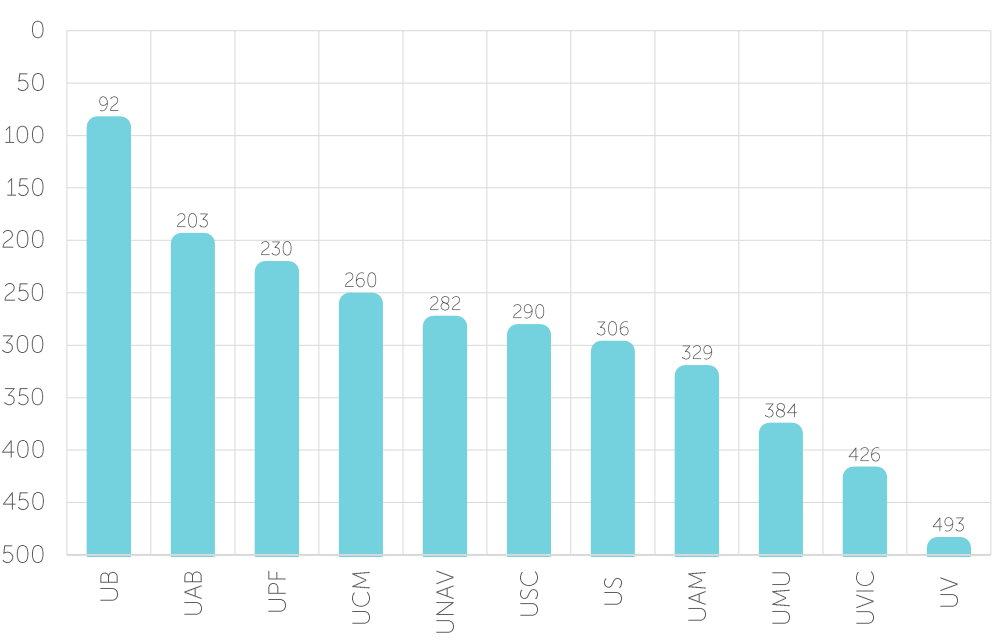
En esta especialidad solamente hay una universidad andaluza: Universidad de Sevilla, la 7ª de las españolas y en el puesto 306 de 500. Está por debajo de la puntuación media general de las universidades españolas e internacionales.

En *Ciencias Veterinarias* hay 15 universidades españolas entre las 300 de la especialidad (gráfico 8.6) que, en este caso, aunque por poco, superan la media internacional: 100,7%. La puntuación media de todos los indicadores de las universidades españolas supera a la media internacional, con la excepción de la excelencia del profesorado en el que se quedan solamente en el 35,2%.

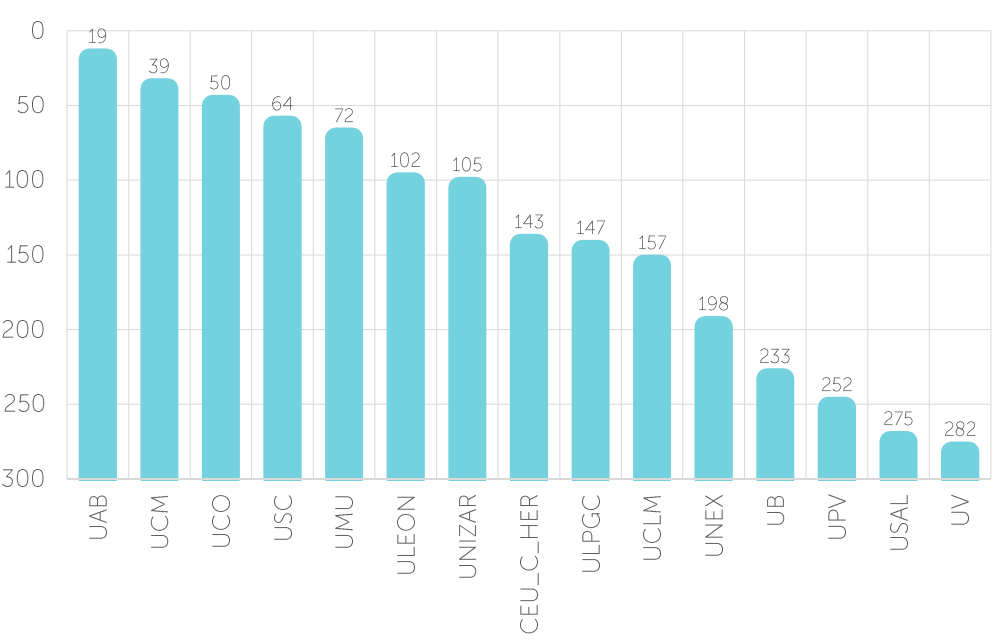
En esta especialidad solamente está la Universidad de Córdoba de todas las andaluzas. Ocupa la posición 3º entre las españolas y la 50 del mundo. Su puntuación general supera a la media andaluza e internacional. La Universidad de Córdoba supera las medias española e internacional en la mayoría de indicadores, excepto por una ligera diferencia en el impacto de la investigación y, de forma más notable, en la excelencia del profesorado.

Gráfico 8.6. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias de la Vida: Biología Humana y Veterinaria

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Human Biological Sciences (n=500)



Veterinary Sciences (n=300)

8.4. Análisis de las especialidades de Ciencias Médicas

En *Medicina Clínica* hay 10 universidades españolas de las 500 seleccionadas (gráfico 8.7). La puntuación media de las universidades españolas está en el 89,6% de la puntuación media global. Las universidades españolas solamente están por encima en la puntuación media internacional en colaboración internacional (104,2%), coincide en impacto de la investigación; mientras que la puntuación media de las universidades españolas está por debajo en calidad de la investigación o artículos Q1 (92,5%) y sobre todo en excelencia del profesorado (76%) y de la investigación (72,1%).

Entre ellas solamente hay una universidad andaluza: la Universidad de Sevilla, que es la 7ª española y la 279ª de las 500 de la especialidad. Su puntuación está por debajo de la media española e internacional, tanto en la puntuación media general como en cada uno de los indicadores con la excepción de la colaboración internacional.

En *Odontología (Dentistry & Oral Sciences)* son 8 las universidades españolas entre las 300 que integran la especialidad (gráfico 8.7). La puntuación media de las universidades españolas alcanza el 86,1% de la media global. En este caso, la media de las universidades española supera a la general en impacto de la investigación (113,2%) y en calidad de la investigación (105,2%), prácticamente coincide con la media general en colaboración internacional, mientras que está muy por debajo de la puntuación general en excelencia de la investigación o *World-Class Output* (50,5%) y sobre todo en excelencia del profesorado o *World-Class Faculty* (18,8%).

Hay dos universidades andaluzas en *Odontología*, la Universidad de Granada (posición 1ª de España y posición general 67ª de 300) y la Universidad de Sevilla (posición 8ª de España y posición general 284ª de 300). La puntuación media de las universidades andaluzas está entre la media de las universidades españolas y la media de todas las universidades.

La puntuación de la UGR supera tanto a la media nacional como a la internacional en todos los indicadores con respecto a la media española e internacional. Además, supera la puntuación en casi todos los indicadores tanto a la puntuación media de las españolas como a la media de todas las universidades. Solamente no es mayor en excelencia del profesorado con respecto a la media de todas las universidades y, aunque por muy poco, en impacto de la investigación con respecto a la media de las universidades españolas (Tabla 8.4).



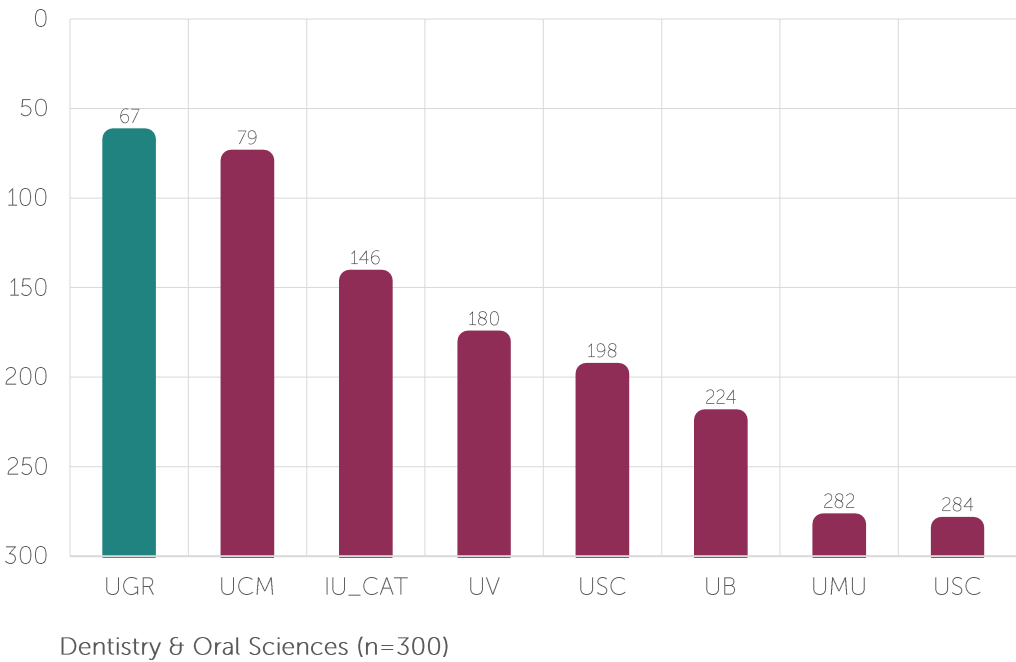
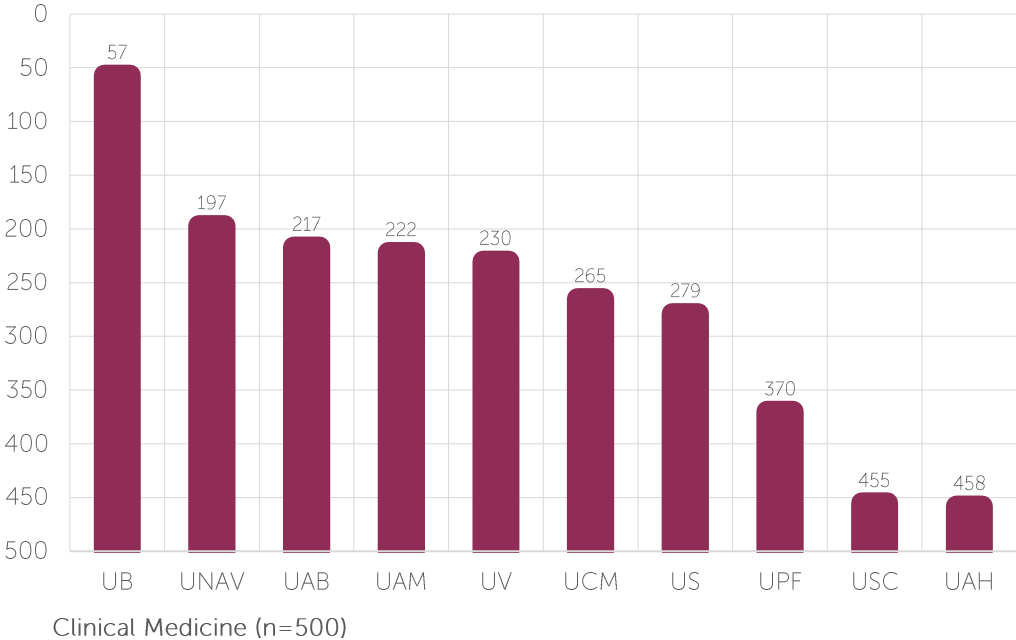
Tabla 8.4. Relación entre las puntuaciones de la UGR (en las especialidades que aparece) respecto de la media española y la media total para los indicadores del GRAS en Ciencias Médicas

	World-Class Faculty	World-Class Output	High Quality Research	Research Impact	International Collaboration	Total Score
Odontología						
% UGR/España	478,2	345,4	109,6	99,0	107,8	145,0
% UGR/Total	90,1	174,3	115,4	112,1	106,9	124,9
Enfermería						
% UGR/España	-	128,4	94,2	93,9	95,9	99,6
% UGR/Total	0,00	75,0	83,3	99,4	101,3	80,9
Farmacia						
% UGR/España	0,0	116,1	113,3	97,8	104,7	101,9
% UGR/Total	0,0	122,6	116,7	97,2	115,2	97,3
Salud Pública						
% UGR/España	53,0	118,1	129,8	90,1	103,4	103,3
% UGR/Total	41,9	113,4	136,9	77,7	101,4	95,9

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)

Gráfico 8.7. Posición universidades españolas. 2024
Global Ranking of Academic Subjects.
Ciencias Médicas:
Medicina Clínica y Odontología

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



En *Tecnología Médica* de las 400 universidades seleccionadas hay 7 españolas (gráfico 8.8) que presentan una puntuación media del 76,5% de la puntuación media de esta especialidad, una de las más alejadas de la media general. Las universidades españolas superan a la puntuación media general en colaboración internacional (116,3%) y en impacto de la investigación (101,3%); por el contrario, tienen una puntuación media menor en calidad de la investigación (74,1%) y, muy especialmente, en excelencia en la investigación (22,5%) y en el profesorado (8,9%).

En esta especialidad solamente hay una universidad andaluza: Universidad de Sevilla, la quinta de las españolas y en el puesto 308 de 400. Está por debajo de la puntuación media general y de cada uno de los indicadores tanto de las internacionales como de las españolas (solamente con la excepción de colaboración internacional).

En *Enfermería - Nursing* hay 13 universidades españolas entre las 300 de la especialidad (gráfico 8.8) que alcanzan un 81,2% de la puntuación media general. Las universidades españolas superan la media general casi en un 6% en colaboración internacional y en impacto de la investigación, pero con una puntuación inferior en calidad de la investigación (88,4%), más aún en excelencia de la investigación (58,4%) y en excelencia del profesorado, en la que no tiene puntuación las universidades españolas. Hay una importante presencia de las universidades andaluzas en esta especialidad que son casi el 40% de las españolas. En concreto:

- Universidad de Almería (posición 2ª de España y 163ª de 300).
- Universidad de Huelva (posición 4ª de España y 188ª de 300).
- Universidad de Granada (posición 5ª de España y 203ª de 300).
- Universidad de Málaga (posición 7ª de España y 238ª de 300).
- Universidad de Sevilla (posición 8ª de España y 240ª de 300).

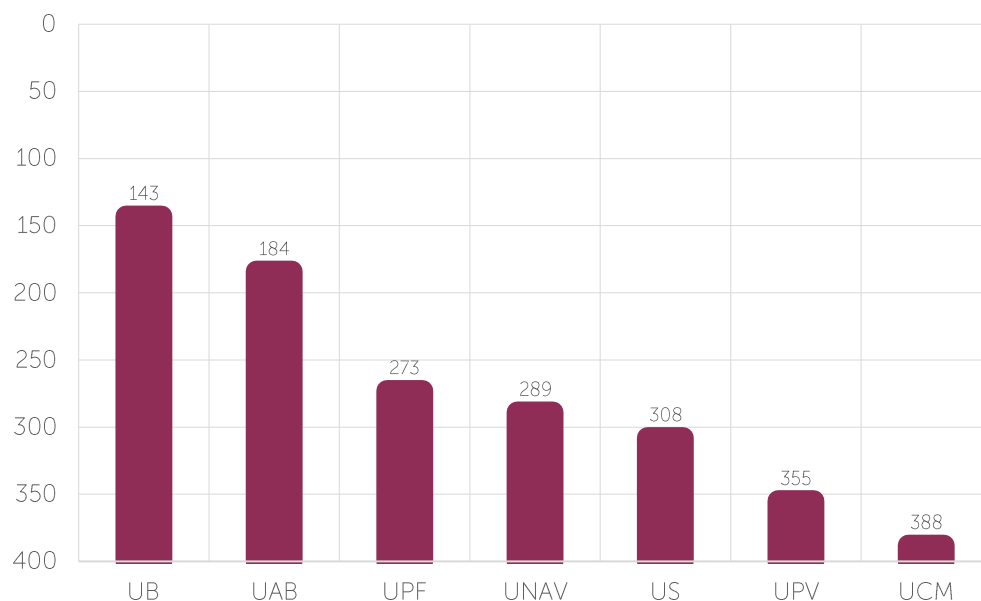
La puntuación media de las universidades andaluzas es similar a la media española y por debajo de la medida de todas las universidades de la especialidad (81,1%). La puntuación media de las universidades andaluzas supera a la media de las españolas y de todas las de la especialidad en impacto y colaboración internacional, en el resto de los indicadores está por debajo, especialmente en los indicadores de excelencia del profesorado y de la investigación.

La puntuación media de la UGR está muy próxima a las media andaluza y española, supera por poco la puntuación en colaboración internacional con respecto al total de universidades y en excelencia de la investigación con respecto a las universidades españolas (tabla 8.4).

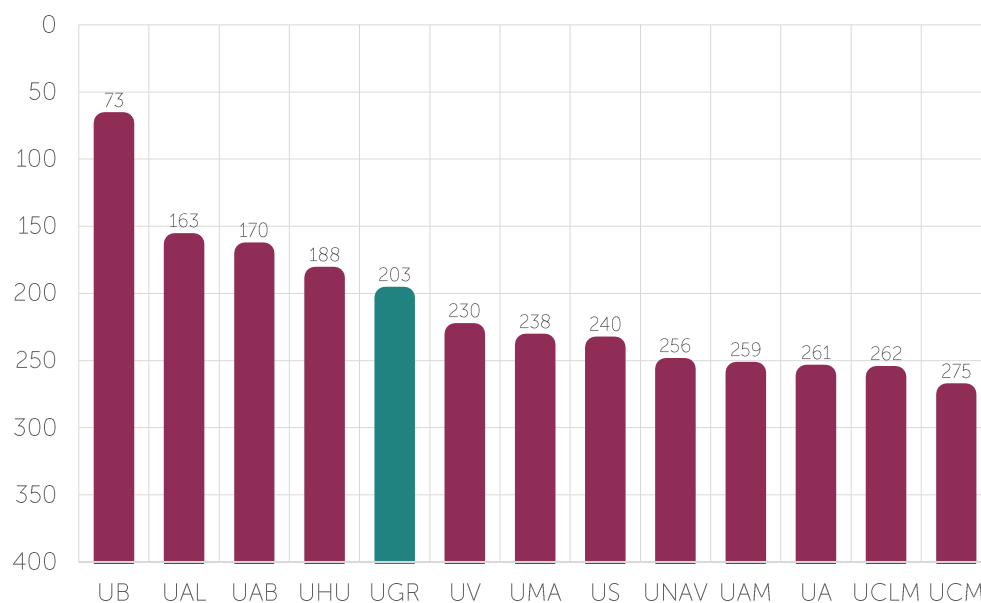


Gráfico 8.8. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Médicas: Tecnología Médica y Enfermería

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Medical Technology (n=400)



Nursing (n=300)

En la especialidad de *Farmacia* (*Pharmacy & Pharmaceutical Sciences*) aparecen 14 universidades españolas de las 500 de la especialidad (gráfico 8.9). La puntuación media de las universidades españolas está en el 95,4% de la puntuación media de esta especialidad. Las universidades españolas destacan en el indicador en colaboración internacional (110%), en excelencia de la investigación publicaciones en revistas top (105,6%) y calidad de la investigación (103%), mientras tienen una puntuación casi como la media de la especialidad y están muy por debajo en excelencia del profesorado o *World-Class Faculty* (39,8%).



Son 4 las universidades andaluzas en esta especialidad, en concreto:

- Universidad de Granada (posición 5ª de España y 219ª de 500).
- Universidad de Sevilla (posición 10ª de España y 360ª de 500).
- Universidad de Córdoba (posición 12ª de España y 437ª de 500).
- Universidad de Málaga (posición 14ª de España y 488ª de 500).

La puntuación media de las universidades andaluzas está por debajo de la puntuación media de las españolas y de la especialidad en todos los indicadores con la excepción de la colaboración internacional para las universidades de la especialidad.

La puntuación media general de la UGR está entre la media española y la media de la especialidad. La UGR supera tanto a la media española como de la especialidad en excelencia de la investigación o *World-Class Output* por revistas top o reconocimientos internacionales; en calidad de la investigación o publicaciones Q1 y en colaboración internacional; lo contrario sucede en excelencia del profesorado y, por poco, en impacto de la investigación (tabla 8.4).

En *Salud Pública (Public Health)* aparecen 13 universidades españolas entre las 500 universidades de la especialidad (gráfico 8.9). La puntuación media general de las españolas alcanza el 92,9% de la media global. Las universidades españolas superan a la media general solamente en calidad de la investigación (105,5%), están próximas a la media en colaboración internacional (98%) y excelencia en la investigación (96,1%) y claramente tienen una puntuación media menor en impacto de la investigación (86,2%) y excelencia del profesorado (78,9%).

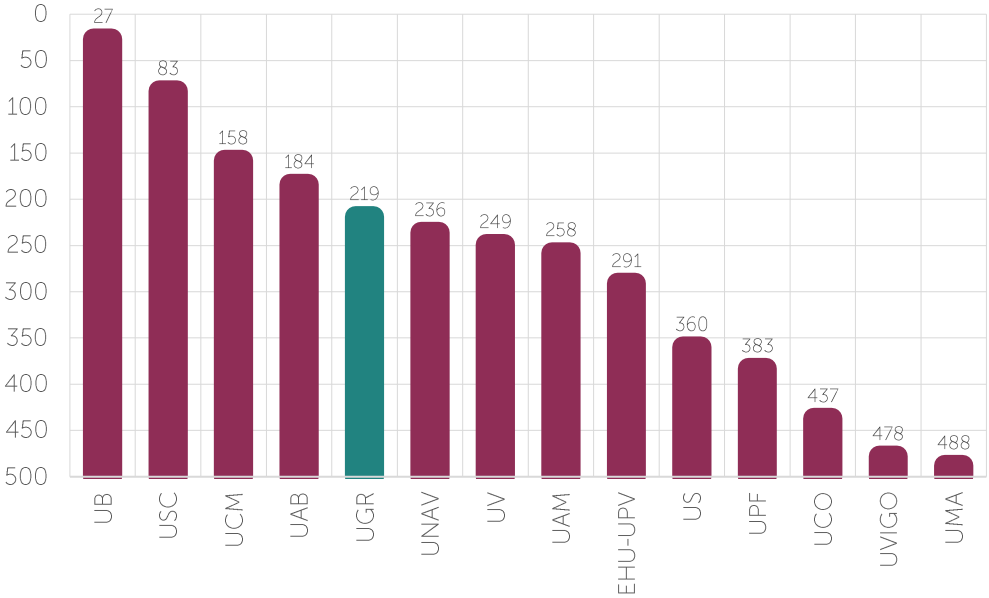
Hay tres universidades andaluzas en esta especialidad. La universidad de Málaga ocupa la última posición de las españolas y la 404 de 500. La Universidad de Sevilla que está en la posición 7 de las españolas y la 270 del mundo. La primera andaluza es la Universidad de Granada en la posición 5 de las españolas y 210 del mundo.

Las universidades andaluzas tienen una media general por debajo de la media española (94,5%) y de la especialidad (87,7%) y solamente destacan en calidad de la investigación superando la puntuación media española y de la especialidad, en el resto de indicadores la media de las andaluzas es inferior tanto a la media española como a la media de la especialidad.

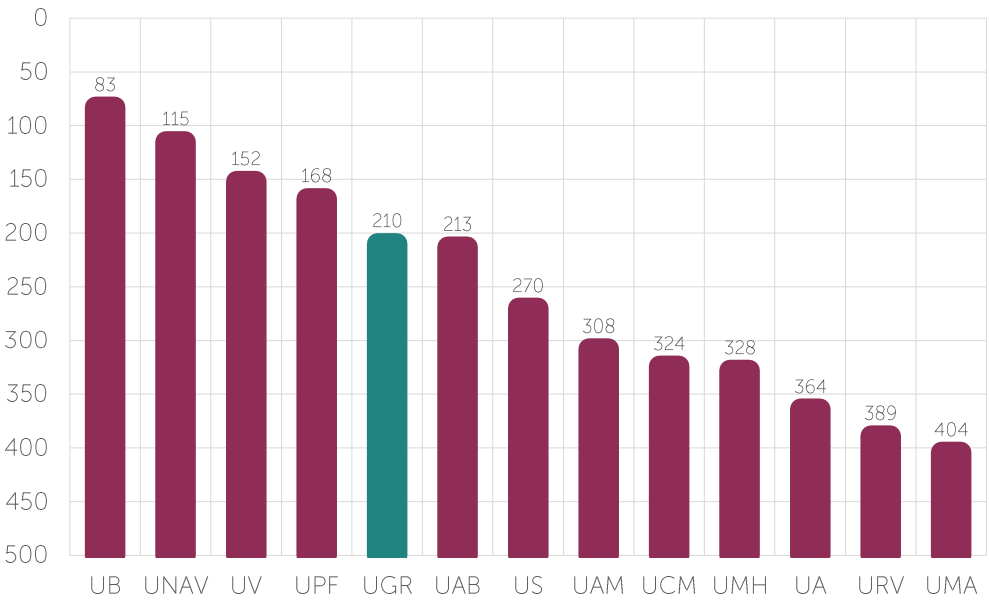
La puntuación general de la UGR está entre la media española y la de la especialidad. La UGR alcanza puntuación mayor que la media española y de la especialidad en excelencia de la investigación, en calidad de la investigación y en colaboración internacional, presentando una puntuación menor en impacto y sobre todo en excelencia o reconocimiento del profesorado (tabla 8.4).

Gráfico 8.9. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Médicas: Farmacia y Salud Pública

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Pharmacy & Pharmaceutical Sciences (n=500)



Public Health (n=500)

8.5. Análisis de las especialidades de Ciencias Sociales

En la especialidad de *Business Administration* aparecen 14 universidades españolas (gráfico 8.10). La puntuación media de las universidades españolas está en el 91,3% de la puntuación media de las 400 universidades de esta especialidad. Las universidades españolas alcanzan una puntuación próxima a la media de la especialidad aunque por debajo, aproximadamente en el 95%, para los indicadores de colaboración internacional, impacto de la investigación y calidad de la investigación o número de artículos Q1; mientras que está claramente por debajo de la media de la especialidad en *World-Class Output*, es decir en excelencia de investigación por el número de artículos en revista top y reconocimientos (87,5%) y en excelencia del profesorado o *World-Class Faculty* (76,7%).

En esta especialidad hay dos universidades andaluzas: la Universidad de Sevilla en la última posición de las españolas y la 398 de 400 de la especialidad, y la Universidad de Granada en el puesto 3º de las españolas y la 170 de 400.

La puntuación media de las andaluzas está por debajo de la media española y de la media de la especialidad. La media andaluza solamente está por encima de la media nacional en excelencia de la investigación y en impacto. En comparación con la media de la especialidad, la media andaluza es inferior en todos los indicadores.

La UGR tiene una puntuación media global por encima de la media española pero inferior a la de la especialidad (98,2%). Por indicadores, la UGR supera a la puntuación media nacional y de la especialidad en excelencia de la investigación y en impacto de la investigación. También es superior a la media española en calidad de la investigación y excelencia del profesorado (tabla 8.5).

En *Comunicación* hay 5 universidades españolas entre las 200 que componen la selección de la especialidad (gráfico 8.10), alcanzan una puntuación media del 87,7% de la media de la especialidad. La puntuación media de las universidades españolas solamente supera a la media de la especialidad en colaboración internacional (112,2%), está muy próxima pero ligeramente inferior en calidad de la investigación y es claramente menor en impacto (91,6%), excelencia en el profesorado (85%) y en la producción científica (68,7%).

Entre las universidades españolas no hay ninguna universidad andaluza en esta especialidad.



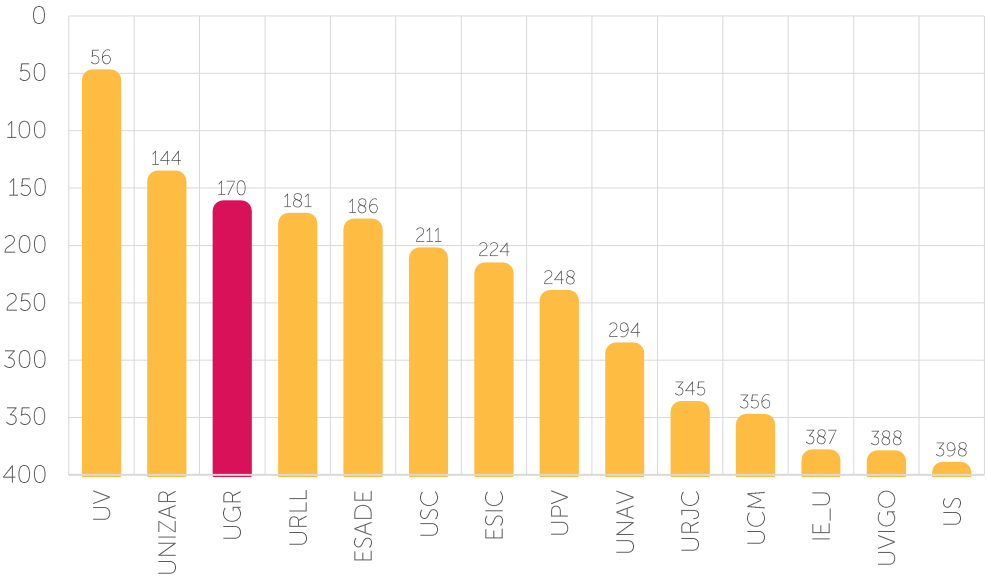
Tabla 8.5. Relación entre las puntuaciones de la UGR (en las especialidades que aparece) respecto de la media española y la media total para los indicadores del GRAS en Ciencias Sociales

	World-Class Faculty	World-Class Output	High Quality Research	Research Impact	International Collaboration	Total Score
Business Administration						
% UGR/España	101,6	115,0	101,9	111,8	99,4	107,6
% UGR/Total	77,9	100,6	96,7	106,7	94,2	98,2
Economía						
% UGR/España	82,3	0,0	90,9	92,4	88,8	81,3
% UGR/Total	73,4	0,0	71,8	79,6	86,6	66,7
Educación						
% UGR/España	0,0	0,0	128,0	103,4	105,5	102,3
% UGR/Total	0,0	0,0	113,9	97,9	102,3	88,2
Turismo						
% UGR/España	0,0	87,0	125,2	107,9	109,6	103,0
% UGR/Total	0,0	87,9	114,9	101,8	92,8	91,5
Derecho						
% UGR/España	0,0	-	101,5	111,3	93,3	92,2
% UGR/Total	0,0	0,0	67,5	105,8	109,0	78,3
Management						
% UGR/España	0,0	39,9	132,4	130,9	101,2	96,0
% UGR/Total	0,0	27,3	121,9	125,1	102,4	86,0
Psicología						
% UGR/España	228,4	111,9	137,0	97,2	98,5	138,4
% UGR/Total	203,6	53,1	109,4	90,3	105,9	112,9
Estadística						
% UGR/España	233,1	51,5	102,3	94,7	82,7	105,9
% UGR/Total	300,6	23,1	84,5	90,2	90,1	85,7

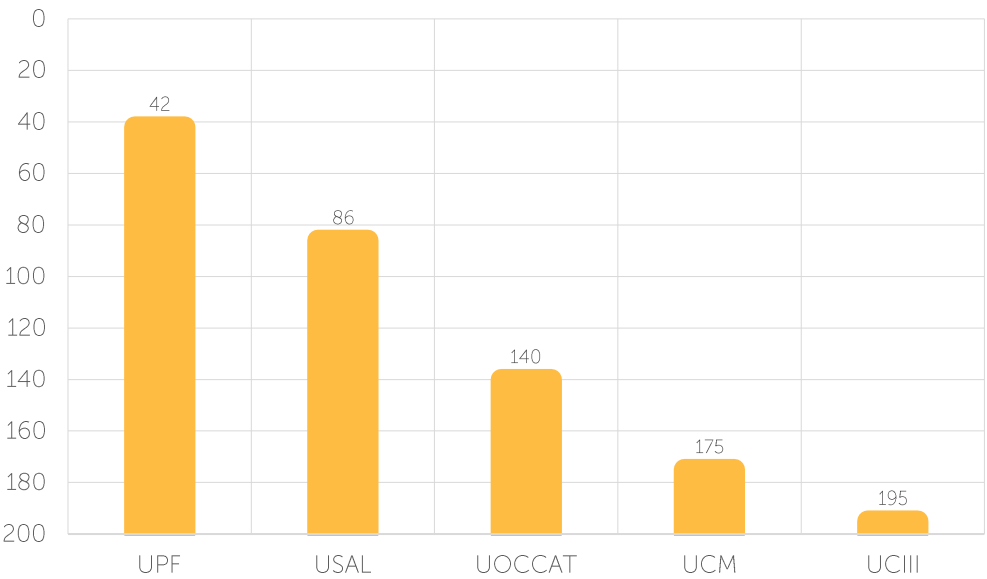
Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghái (2024)

Gráfico 8.10. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Sociales: Business Administration y Comunicación

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Business Administration (n=400)



Communication (n=200)

En la especialidad de *Economía* figuran 17 universidades españolas (gráfico 8.11) de las 500 de la especialidad. La puntuación media de las universidades españolas es del 82% de la puntuación media de la especialidad. Las universidades españolas están por debajo de la media de la especialidad en todos los indicadores, ligeramente por debajo en colaboración internacional (97,5%); se aproxima, pero no alcanzan el 90% de la media en excelencia del profesorado y en impacto; mientras que en calidad de la investigación se sitúa en el 86% y en excelencia de la investigación en el 62,8%.

En esta especialidad hay dos universidades andaluzas: la Universidad Loyola de Andalucía en la posición 12 de las españolas y la 440 de 500 de la especialidad, y la Universidad de Granada en el puesto 16º de las españolas y la 488 de 500.

La puntuación media de las andaluzas está por debajo de la media española y de la media de la especialidad. Solamente destaca la media andaluza en la excelencia del profesorado el resto de indicadores presenta una media inferior tanto a la media española como a la de la especialidad.

La UGR tiene una puntuación media claramente inferior tanto a la media española como de la especialidad; también es claramente inferior en ambos casos para todos los indicadores bibliométricos considerados (tabla 8.5).

En la especialidad de *Educación* hay una amplia presencia de universidades españolas, son 23 de 500, cuya puntuación media es un 86,3% de la de la especialidad (gráfico 8.11). La puntuación media de las universidades españolas es inferior a la de la especialidad en todos los indicadores, la diferencia no es muy grande para colaboración internacional (97%) o impacto (94,7%), pero aumenta en calidad de la investigación (88,9%) o excelencia del profesorado (78,4%) y sobre todo para excelencia de la investigación que se queda en un 8,1% de la media de la especialidad.

Hay cinco universidades andaluzas presentes en esta especialidad:

- Universidad de Granada (posición 8ª de España y 277ª de 500).
- Universidad de Huelva (posición 13ª de España y 327ª de 500).
- Universidad de Sevilla (posición 16ª de España y 380ª de 500).
- Universidad de Córdoba (posición 18ª de España y 424ª de 500).
- Universidad de Málaga (posición 23ª de España y 423ª de 500).

La puntuación media de las universidades andaluzas es inferior a tanto a la media nacional como a la media de la especialidad y esto también ocurre para todos los indicadores bibliométricos.

La UGR es la primera andaluza, su puntuación media general está por encima de la española, pero es inferior a la media de la especialidad (88,2%); no obstante, supera tanto a la media nacional como de la especialidad en calidad de la investigación y colaboración internacional, además supera a la media nacional en impacto de la investigación (Tabla 8.5).

Gráfico 8.11. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Sociales: Economía

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)

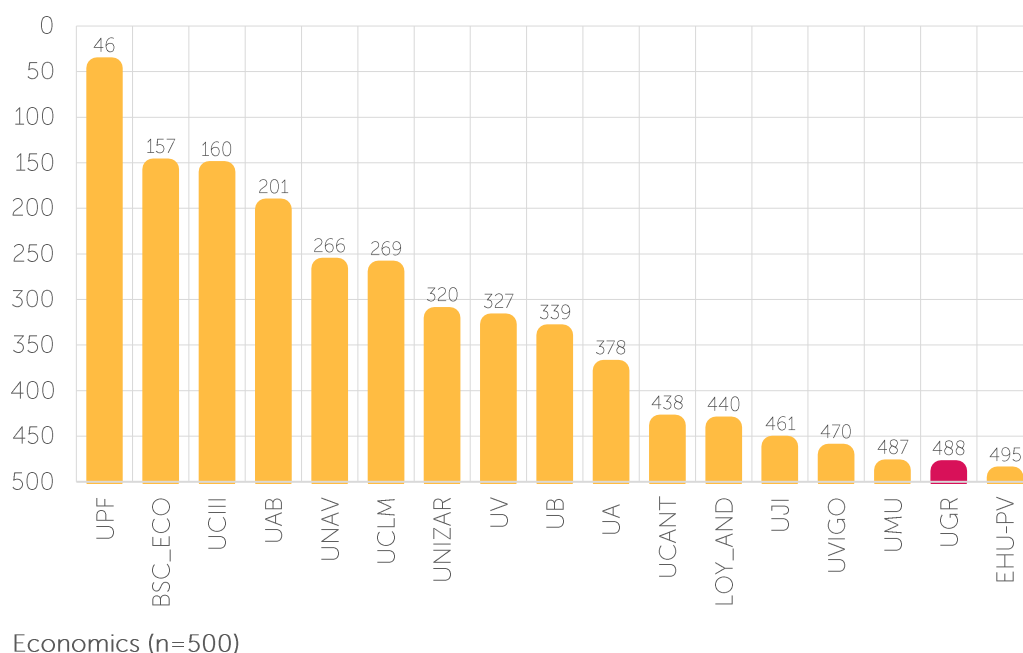
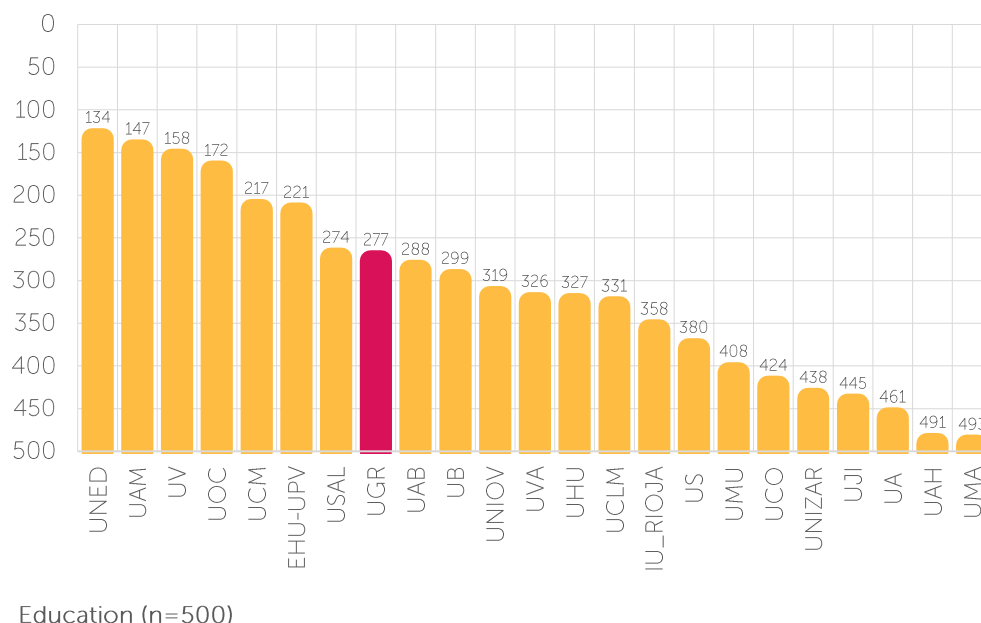


Gráfico 8.11. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Educación

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



En la especialidad de *Finanzas* son 4 universidades españolas de las 200 de la especialidad (gráfico 8.12). La puntuación media de las universidades españolas es del 82,8% de la puntuación media de la especialidad. Las universidades españolas tienen una puntuación mayor que la media de la especialidad en excelencia del profesorado (114,2%) y colaboración internacional (118,7%), algo inferior en impacto (96,4%) y bastante menor en excelencia de la investigación (72,9%) y sobre todo calidad de la investigación (66,6%).

En esta especialidad no hay ninguna universidad andaluza entre las seleccionadas de la especialidad.

En la especialidad de *Turismo (Hospitality & Tourism Management)* hay una numerosa representación de universidades españolas, en total son 13 de las 200 que integran la especialidad (gráfico 8.12). La puntuación media de las españolas es del 88,9% de la especialidad. Salvo en excelencia de la investigación en que está ligeramente por encima (101%), la puntuación media de las universidades españolas es inferior a la de la especialidad en todos los indicadores, siendo la diferencia para el indicador de excelencia del profesorado que solamente representa un 32,3% de la media de la especialidad. Hay tres universidades andaluzas presentes en esta especialidad:

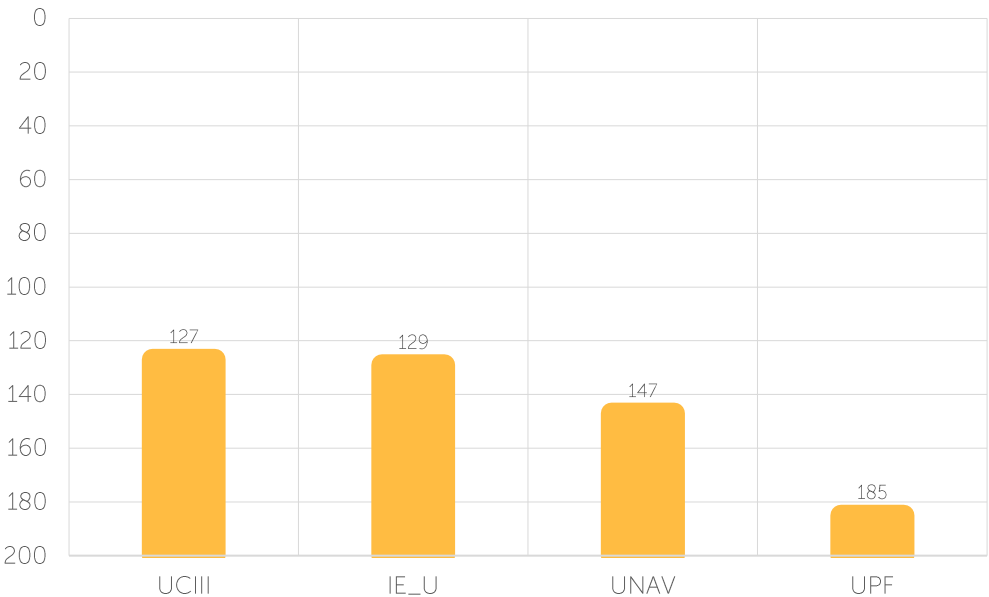
- Universidad de Granada (posición 6ª de España y 94ª de 200).
- Universidad de Málaga (posición 7ª de España y 109ª de 200).
- Universidad de Sevilla (posición 9ª de España y 131ª de 200).

La puntuación media de las universidades andaluzas es inferior a tanto a la media nacional como a la media de la especialidad, no obstante, supera a ambas en calidad de la investigación y a la media española en colaboración internacional. En el resto de los indicadores la puntuación media andaluza es inferior tanto respecto a la media nacional como de la especialidad.

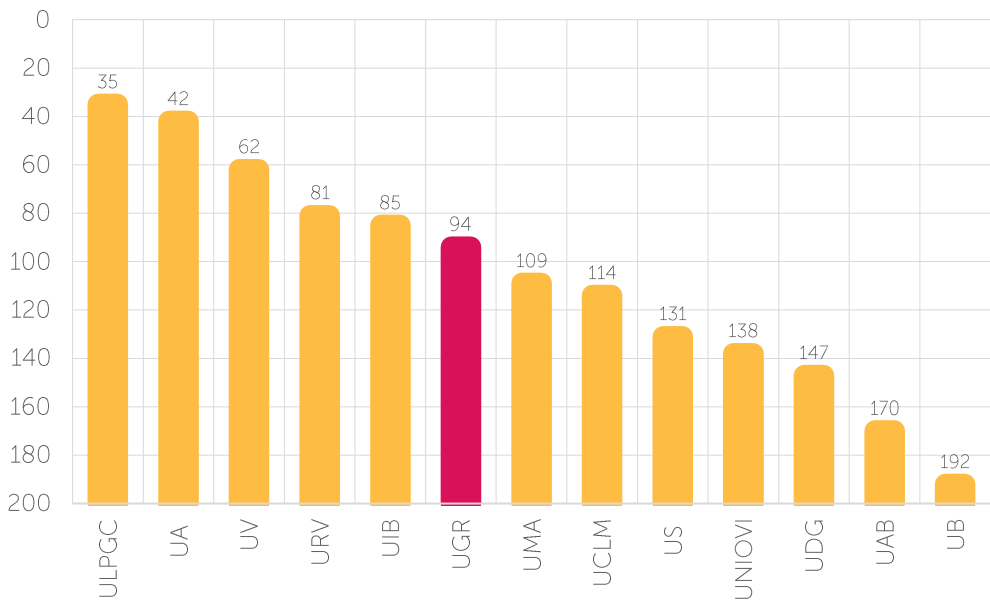
La UGR es la primera andaluza, su puntuación media general está por encima de la española, pero es inferior a la media de la especialidad (91,5%); no obstante, supera tanto a la media nacional como de la especialidad en calidad de la investigación e impacto; así como también supera a la media nacional en colaboración internacional (tabla 8.5).

Gráfico 8.12. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Sociales: Finanzas y Turismo (Hospitality & Tourism Management)

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Finance (n=200)



Hospitality & Tourism Management (n=200)

En el ámbito del *Derecho* están presentes 5 universidades españolas de las 300 de la especialidad (gráfico 8.13). La puntuación media de las universidades españolas es del 84,9% de la puntuación media de la especialidad. Las universidades españolas superan a la media de la especialidad en excelencia-reconocimiento del profesorado (123,7%) y en colaboración internacional (116,8%), en el resto de indicadores está por debajo, especialmente en calidad de la investigación y sobre todo excelencia de la investigación.



En esta especialidad solamente aparece una universidad andaluza que es la de Granada.

La UGR ocupa la 4ª posición entre las españolas y la 220 de 300 de la especialidad. Tiene una puntuación media claramente inferior tanto a la media española como de la especialidad. Sin embargo, supera a las puntuaciones medias de ambas en impacto de la investigación, también supera a la media internacional en colaboración internacional y a la media nacional en calidad de la investigación.

En la especialidad de *Management* son españolas 13 de las 500 universidades de la especialidad, cuya puntuación media es un 89,6% de la media de la especialidad (gráfico 8.13). La puntuación media de las universidades españolas supera ligeramente a la media de la especialidad en excelencia del profesorado (101,8%) y colaboración internacional (101,2%); aunque por no mucho es inferior en impacto (95,5%) y con más diferencia en el resto de indicadores como calidad de la investigación (92%) y excelencia de la investigación (68,4%).

Figura tres universidades andaluzas en esta especialidad:

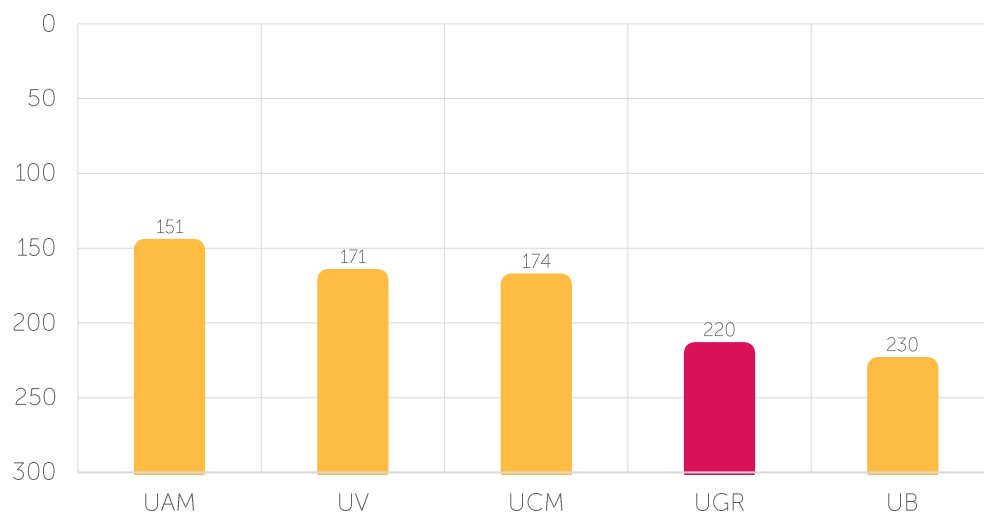
- Universidad de Granada (posición 8ª de España y 303ª de 500).
- Universidad de Sevilla (posición 10ª de España y 347ª de 500).
- Universidad de Málaga (posición 13ª de España y 428ª de 500).

La puntuación media de las universidades andaluzas es inferior tanto a la media nacional como a la media de la especialidad, aunque a ambas las supera en la puntuación de calidad de la investigación y en impacto, quedando por debajo en el resto de indicadores, especialmente en excelencia de la investigación.

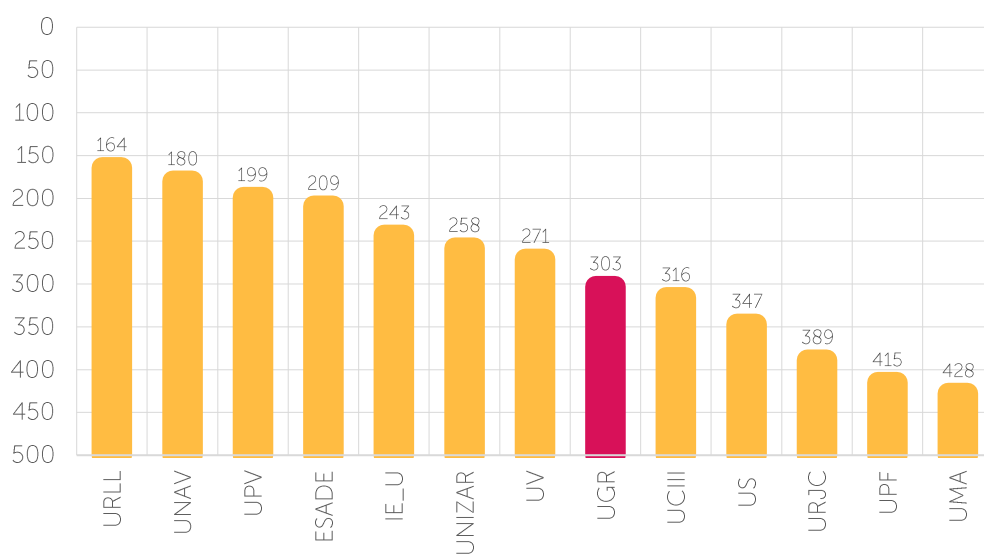
La UGR es la primera andaluza, pero su puntuación media general es inferior a la media española y de la especialidad; no obstante, supera tanto a la media nacional como de la especialidad en calidad de la investigación, impacto y colaboración internacional (tabla 8.5).

Gráfico 8.13. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Sociales: Derecho y Gestión (Management)

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghái (2024)



Law (n=300)



Management (n=500)

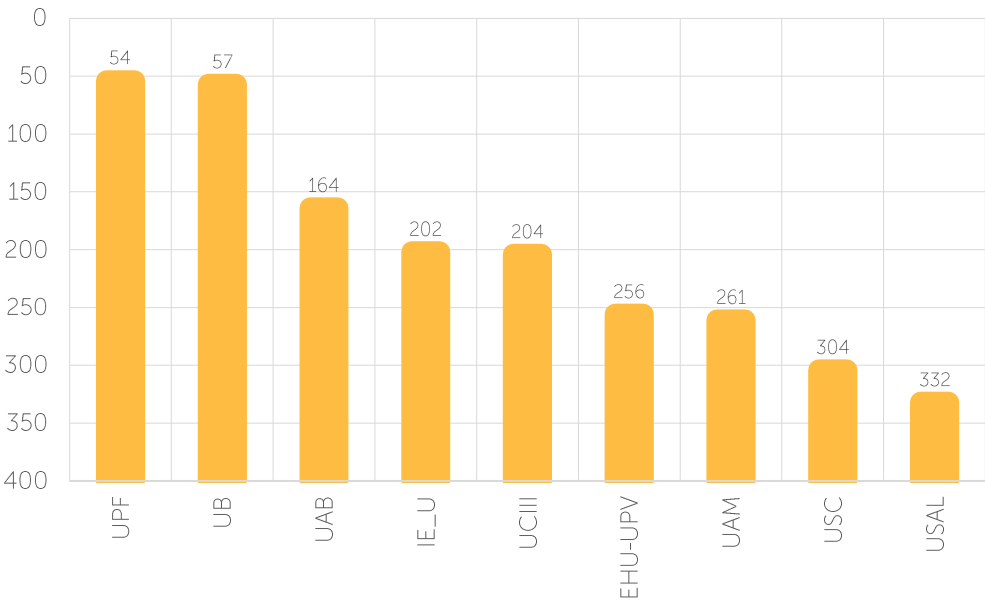
Las universidades españolas que aparecen en la especialidad de *Ciencias Políticas* son 9 de las 400 seleccionadas (gráfico 8.14). Su puntuación media es del 91,9% de la media de la especialidad. Las universidades españolas superan a la media de la especialidad en excelencia-reconocimiento del profesorado (109%) y sobre todo en colaboración internacional (121,6%), en el resto de indicadores está por debajo, especialmente en excelencia en investigación (72,2%). En esta especialidad no aparece ninguna universidad andaluza.

Respecto a la especialidad de *Psicología*, hay 15 universidades españolas de las 500 universidades de la especialidad (gráfico 8.14). La puntuación media es un 81,5% de la media de la especialidad. La media de las universidades españolas supera a la media de la especialidad en colaboración internacional (107,6%); en el resto de indicadores es inferior. En concreto, aproximadamente el 90% para los casos de excelencia del profesorado e impacto, y con más diferencia para la calidad de la investigación (80%) y sobre todo para la excelencia de la investigación (47,5%).

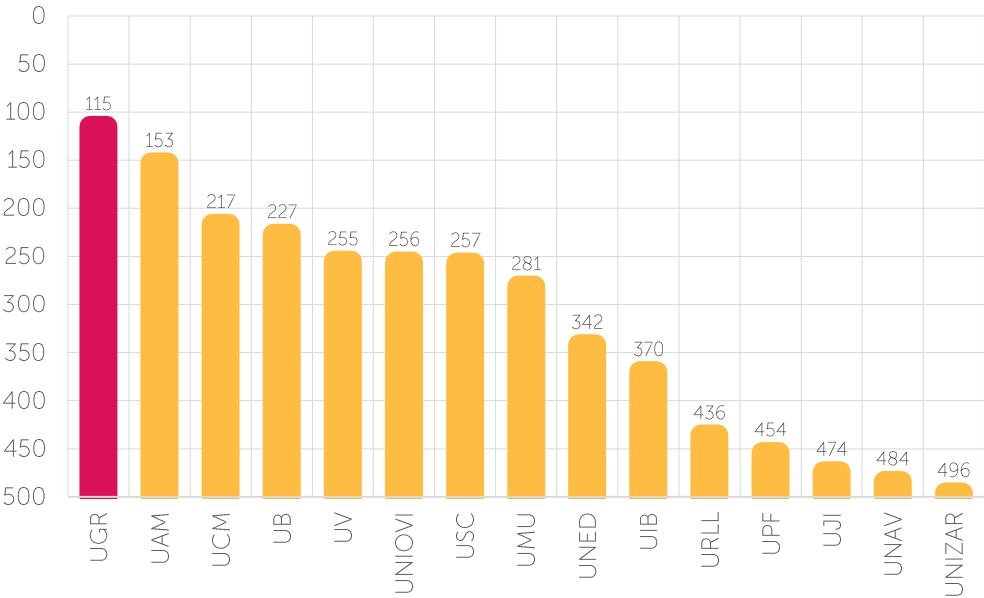
Solamente hay una universidad andaluza en la especialidad de *Psicología* que es la Universidad de Granada que ocupa la primera posición entre las españolas y la posición 115 de 500 de la especialidad. Su puntuación media es superior a la media española (138,4%) y de la especialidad (112,9%). Por indicadores, la UGR tiene puntuación superior a la media española y de la especialidad en el caso de excelencia del profesorado y en calidad de la investigación; además es superior a la media española en excelencia de la investigación y respecto a la media internacional en colaboración internacional. Por el contrario, la puntuación de la UGR es inferior a la media nacional y de la especialidad en impacto de la investigación (tabla 8.5).

Gráfico 8.14. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Sociales: Ciencias Políticas y Psicología

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Political Sciences (n=400)



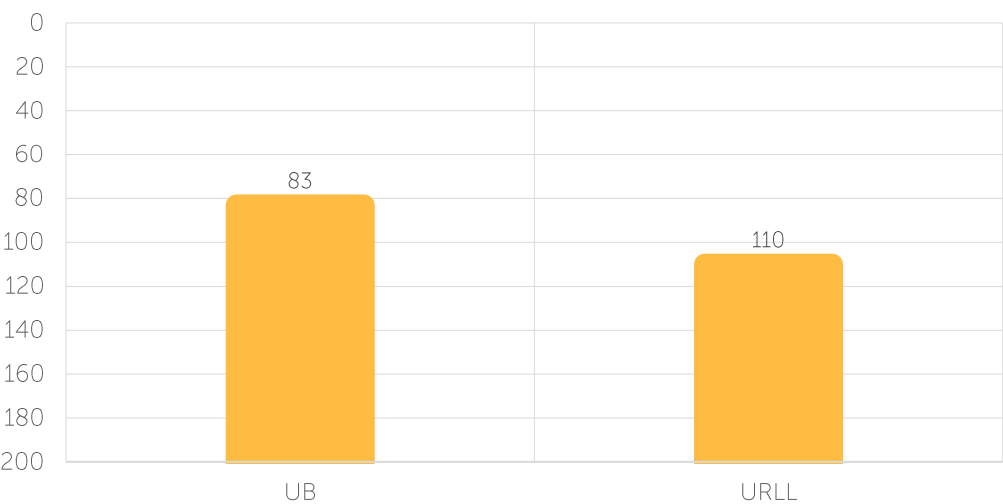
Psychology (n=500)

La especialidad de *Administración Pública* cuenta con 200 universidades de las que solamente 2 son españolas, las de Barcelona y Ramón Llull (gráfico 8.15). La puntuación de las españolas alcanza el 95,7% de la especialidad, destacando sobre la media de la especialidad en colaboración internacional (122,7%) y en impacto de la investigación. La media de las españolas está ligeramente por debajo en excelencia de la investigación (98,3%) y a más distancia en calidad de la investigación (84,1%) y excelencia del profesorado (75,1%). No hay ninguna universidad andaluza en la especialidad de *Administración Pública*.

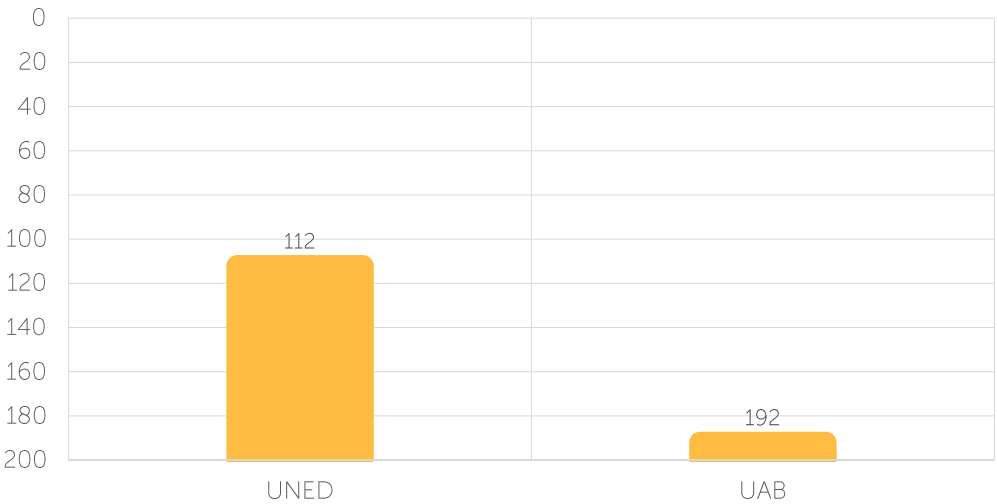
También son 200 las universidades de la especialidad de *Sociología* en la que igualmente son 2 las universidades españolas (gráfico 8.15). La puntuación media de las españolas queda un poco lejos de la media de la especialidad (79,7%). A pesar de ello la media española supera con creces a la de la especialidad en excelencia de profesorado (176,2%) y en colaboración internacional (114,2%), en el resto de los indicadores es inferior especialmente en calidad de la investigación (80%) y sobre todo excelencia en la investigación en la que la puntuación es nula. Tampoco en este caso hay presencia de universidades andaluzas.

Gráfico 8.15. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Sociales: Administración Pública y Sociología

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghái (2024)



Public Administration (n=200)



Sociology (n=200)

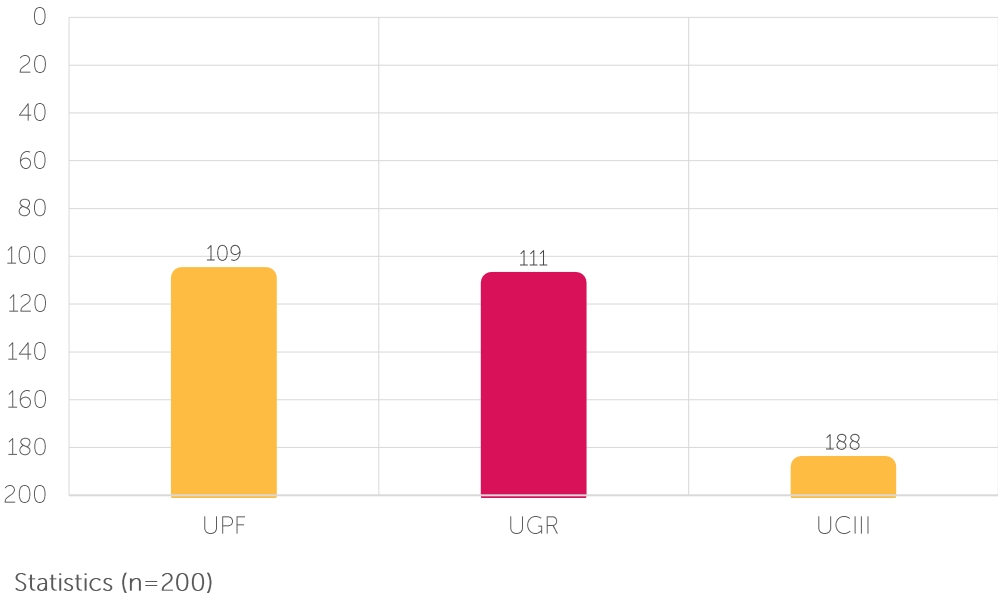
Respecto a la especialidad de *Estadística* que también cuenta con 200 universidades, hay 3 españolas (gráfico 8.16). La puntuación de las españolas alcanza el 80,9% de la especialidad. La puntuación media española supera a la de la especialidad en excelencia del profesorado (129%) y colaboración internacional (108,9%); en los otros indicadores la media española es inferior, en particular, en excelencia de la investigación (44,9%).

Solamente hay una universidad andaluza en la especialidad de *Estadística*, la universidad de Granada, que ocupa el 2º puesto de las españolas y el 111 de las 200 de la especialidad. La puntuación media de la UGR destaca en excelencia del profesorado superando la media nacional y la de la especialidad, también supera a la media nacional en calidad de la investigación.

En *Library & Information Science* no hay ninguna universidad española entre las 100 consideradas en la especialidad.

Gráfico 8.16. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ciencias Sociales: Estadística

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



8.6. Análisis de las especialidades de Ingenierías (Engineering)

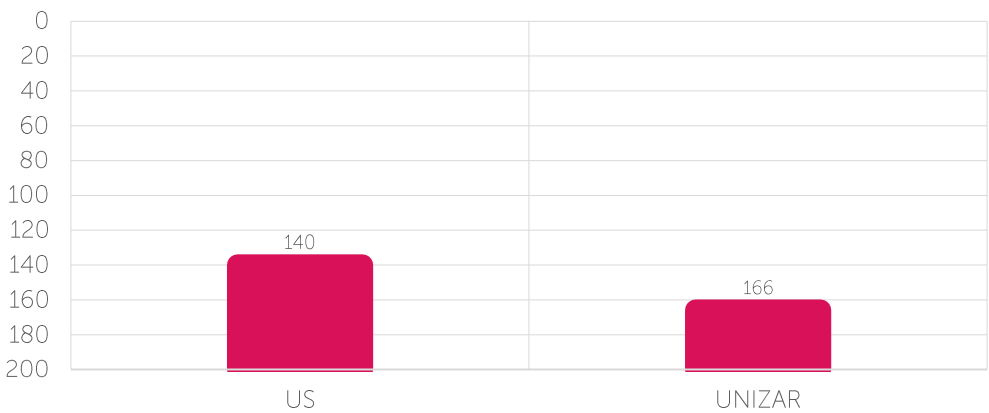
En la especialidad de *Automation & Control* aparecen 2 universidades españolas (gráfico 8.17). La puntuación media de las universidades españolas está en el 79,4% de la puntuación media de las 200 universidades de esta especialidad. Las universidades españolas superan a la media de la especialidad impacto y colaboración internacional, quedan por debajo del 70% de la especialidad en calidad de la investigación y sobre todo en excelencia del profesorado o *World-Class Faculty*.

En esta especialidad solamente hay una universidad andaluza: la Universidad de Sevilla que es la segunda de las dos españolas y ocupa la posición 166 de 200 de la especialidad.

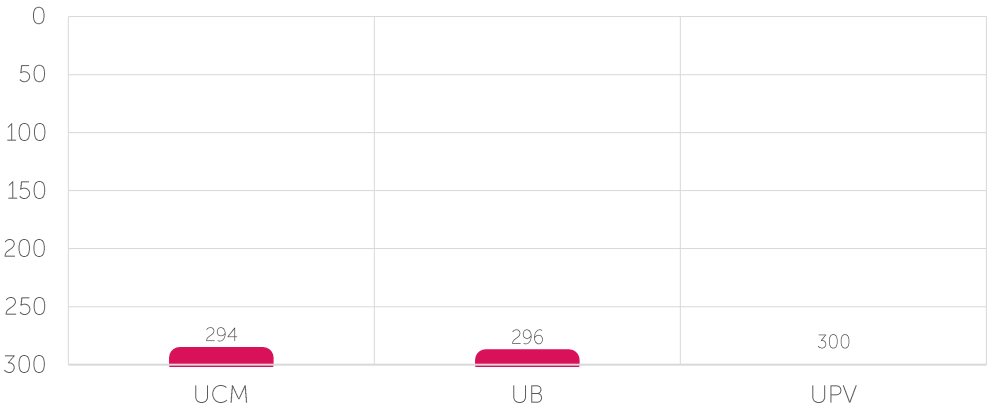
En *Biomedical Engineering* hay 3 universidades españolas entre las 300 que componen la selección de la especialidad (gráfico 8.17), alcanzan una puntuación media del 74,1% de la media de la especialidad y están en las últimas posiciones de la especialidad. La puntuación media de las universidades españolas solamente supera a la media de la especialidad en colaboración internacional (107,5%), especialmente está muy por debajo de la media de la especialidad en excelencia del profesorado o *World-Class Faculty* y en excelencia de la investigación o *World-Class Output*. Entre las universidades españolas no hay ninguna universidad andaluza en esta especialidad.

Gráfico 8.17. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Automoción y control e Ingeniería Biomédica

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Automation & Control (n=200)



Biomedical Engineering (n=300)

En el ámbito de la *Biotecnología* están presentes 12 universidades españolas de las 500 de la especialidad (gráfico 8.18). La puntuación media de las universidades españolas es del 92,6% de la puntuación media de la especialidad. Las universidades españolas superan a la media de la especialidad en colaboración internacional (116%), en el resto de indicadores están por debajo, pero próximos a la media de la especialidad excepto en excelencia de la investigación del profesorado que se aleja bastante.

En esta especialidad solamente aparece una universidad andaluza que es la de Granada.

La UGR ocupa la penúltima posición entre las españolas y la 399 de 500 de la especialidad. Tiene una puntuación media claramente inferior tanto a la media española como de la especialidad, salvo en colaboración internacional que supera a ambas (tabla 8.6).

En la especialidad de *Ingeniería Química* son españolas 10 de las 500 universidades de la especialidad, cuya puntuación media es un 83,1% de la media de la especialidad (gráfico 8.18). La puntuación media de las universidades españolas supera a la media de la especialidad en colaboración internacional (117%), y es bastante inferior a dicha media en excelencia de la investigación y, sobre todo, en excelencia del profesorado.

Figuran dos universidades andaluzas en esta especialidad la Universidad de Córdoba (posición 8ª de España y posición general 451ª de 500) y la Universidad de Sevilla (posición 10ª de España y posición general 468ª de 500).

La puntuación media de las universidades andaluzas es inferior a tanto a la media nacional como a la media de la especialidad en todos los indicadores con la excepción de la colaboración internacional.



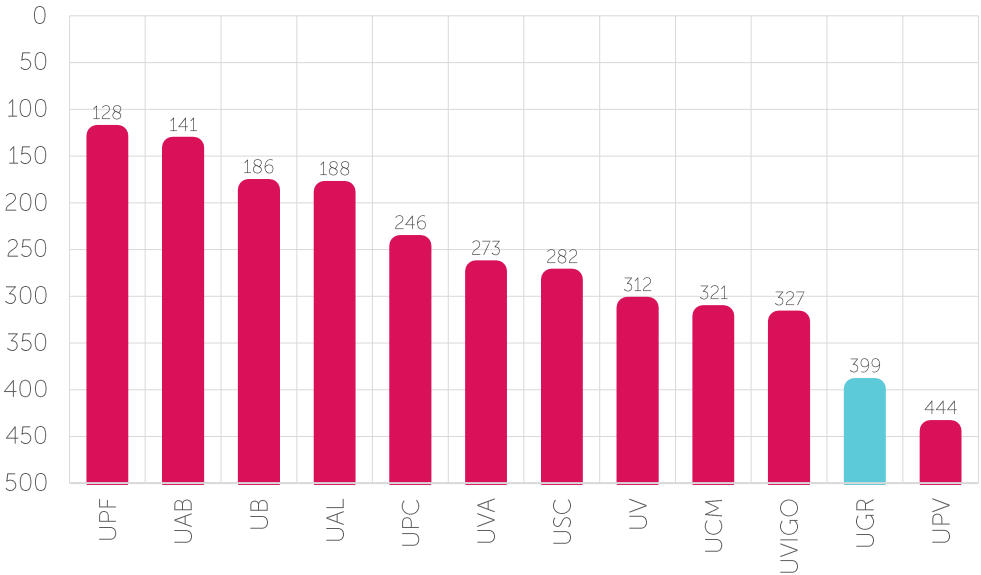
Tabla 8.6. Relación entre las puntuaciones de la UGR (en las especialidades que aparece) respecto de la media española y la media total para los indicadores del GRAS en Ingeniería

	World-Class Faculty	World-Class Output	High Quality Research	Research Impact	International Collaboration	Total Score
Biotechnología						
% UGR/España	0,0	71,6	90,4	93,7	101,8	85,1
% UGR/Total	0,0	69,8	78,3	89,4	118,1	78,8
Ingeniería Informática						
% UGR/España	221,5	51,6	135,8	125,4	110,7	136,5
% UGR/Total	284,2	18,7	142,6	115,2	110,0	122,3
Ingeniería Eléctrica y Electrónica						
% UGR/España	170,7	0,0	103,7	106,3	109,7	104,1
% UGR/Total	202,6	0,0	83,8	93,2	108,6	89,9
Ingeniería Medioambiental						
% UGR/España	32,7	101,1	111,9	87,5	95,4	90,9
% UGR/Total	23,1	58,1	98,5	79,5	99,1	74,4
Ciencia y Tecnología de los Alimentos						
% UGR/España	0,0	128,0	122,1	107,1	110,2	109,1
% UGR/Total	0,0	106,4	118,4	100,6	119,4	102,1
Ciencia y Tecnología de los Instrumentos						
% UGR/España	0,0	78,2	83,6	102,9	114,0	92,2
% UGR/Total	0,0	59,9	78,1	88,9	131,0	81,1

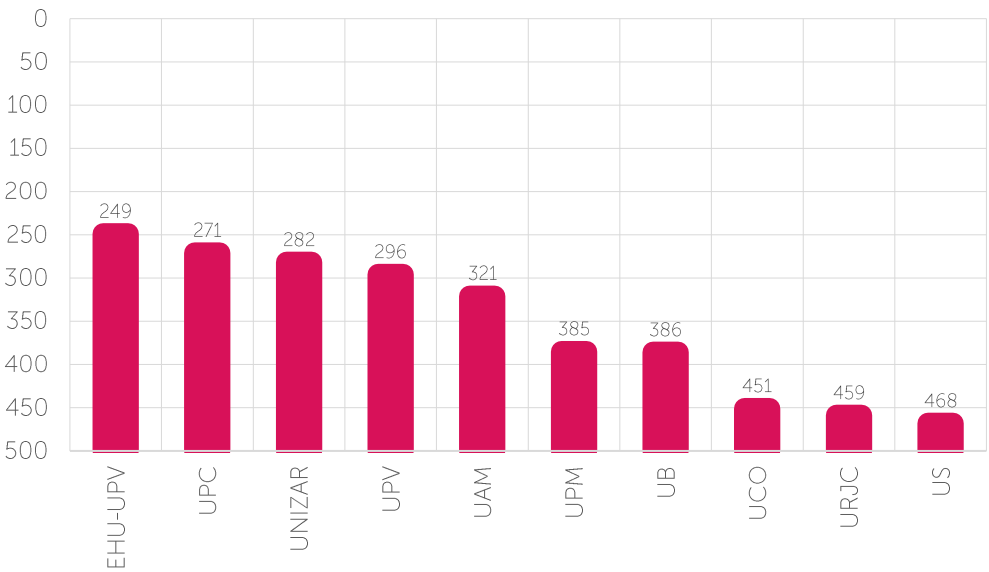
Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)

Gráfico 8.18. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Biotecnología e Ingeniería Química

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Biotechnology (n=500)



Chemical Engineering (n=500)

Respecto a *Ingeniería civil* son 6 las universidades españolas de la especialidad (gráfico 8.19). La puntuación media de las universidades españolas está en el 91,1% de la puntuación media de las 300 universidades de esta especialidad. Las universidades españolas tienen una media ligeramente superior a la especialidad en excelencia del profesorado y está en valores próximos a la media de la especialidad, aunque inferiores, para el resto de indicadores.

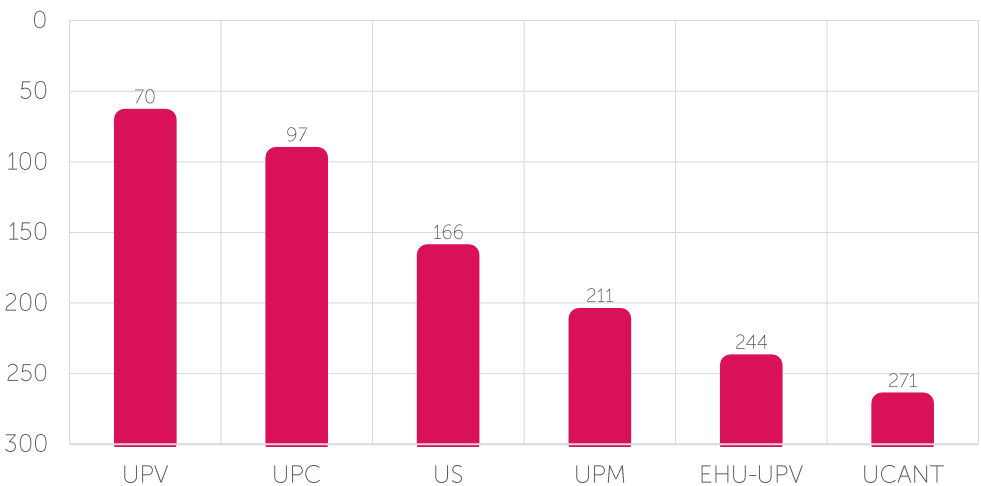
En esta especialidad solamente hay una universidad andaluza: la Universidad de Sevilla, que es la tercera de las españolas y ocupa la posición 166 de 300 de la especialidad. Supera a la media española y de la especialidad en excelencia de la investigación y además también supera a la media española en calidad de la investigación e impacto.

En *Ingeniería Informática (Computer Science & Engineering)* hay 6 universidades españolas entre las 500 que componen la selección de la especialidad (gráfico 8.19). Alcanzan una puntuación media del 89,6% de la media de la especialidad. La puntuación media de las universidades españolas supera a la media de la especialidad en excelencia del profesorado (128,3%) y calidad de la investigación o número de artículos Q1 (105%); está muy próxima a la media de la especialidad en colaboración internacional (99,3%); mientras que en impacto está en el 92% y está lejos en excelencia de la investigación o *World-Class Output*.

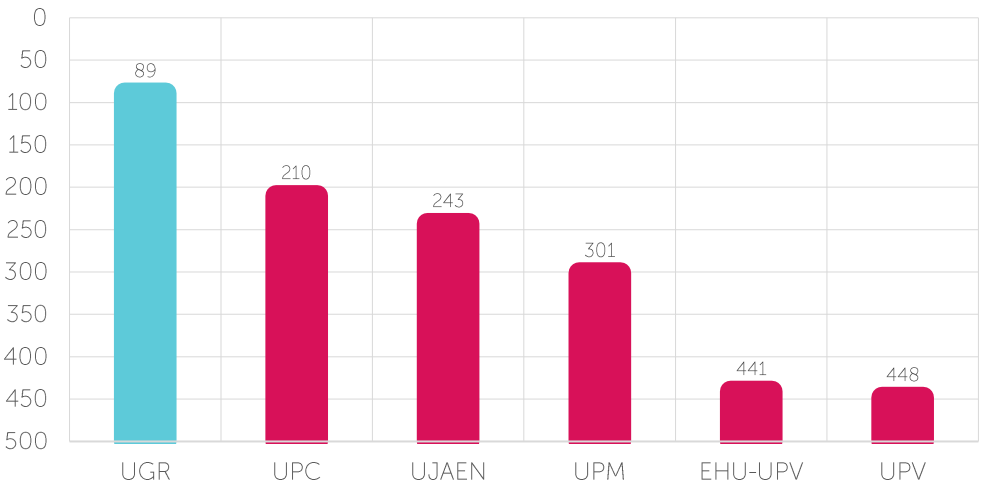
Hay dos universidades andaluzas en esta especialidad, una es la Universidad de Granada (posición 1ª de España y posición general 89ª de 500) y otra es la Universidad de Jaén (posición 3ª de España y posición general 243ª de 500). En esta especialidad la puntuación media de las universidades andaluzas supera a tanto a la media nacional como internacional, esto ocurre para la mayoría de los indicadores. Tienen mayor media en excelencia del profesorado, en impacto, en colaboración internacional y, aunque con menos diferencia, en calidad de la investigación. El único indicador en que está por debajo la media andaluza es en excelencia de la investigación. El mismo comentario es extensible a la UGR que supera con creces las medias nacionales y de la disciplina y en el único indicador que está por debajo de ambas es en la excelencia de la investigación (tabla 8.6).

Gráfico 8.19. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Ingeniería Civil e Ingeniería Informática

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Civil Engineering (n=300)



Computer Science & Engineering (n=500)



Son 12 universidades españolas las que figuran entre las 500 de la especialidad de *Ingeniería eléctrica y electrónica* (gráfico 8.20) que presentan una puntuación media del 86,4% de la puntuación media de esta especialidad. Las universidades españolas solamente superan a la puntuación media general en excelencia del profesorado (118,7%) y prácticamente tienen la misma puntuación en colaboración internacional, en el resto de indicadores están por debajo del 90% de la media de la especialidad.

Hay tres universidades andaluzas en esta especialidad:

- Universidad de Sevilla (posición 3ª de España y posición general 219ª de 500).
- Universidad de Granada (posición 5ª de España y 262ª de 500).
- Universidad de Málaga (posición 6ª de España y 339ª de 500).

En este caso la puntuación media de las universidades andaluzas supera a la media nacional, aunque está por debajo de la media de la especialidad. Por indicadores, la media andaluza es superior tanto a la nacional como a la de la especialidad en excelencia del profesorado y también supera a la media nacional en excelencia de la investigación y en calidad de la investigación, quedando ligeramente por debajo en los otros dos indicadores.

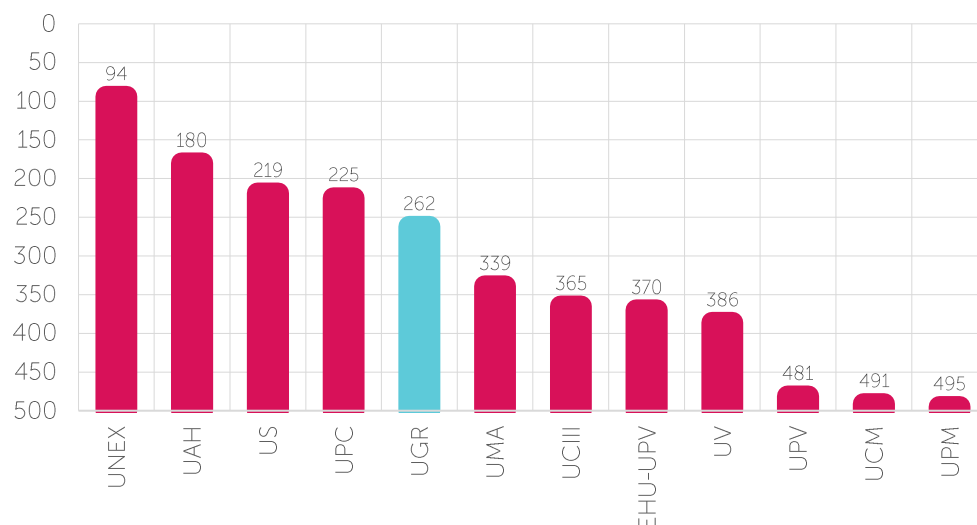
La UGR tiene una puntuación media general mayor que la nacional pero inferior a la de la disciplina, supera a ambas medias en excelencia del profesorado y en colaboración internacional; también supera a la media nacional en calidad de la investigación y en impacto (tabla 8.6).

En *Ingeniería energética* hay 9 universidades españolas entre las 400 de la especialidad que alcanzan un 77,7% de la puntuación media general (gráfico 8.20). De nuevo las universidades españolas superan la media general en colaboración internacional (107,9%), están por debajo del 90% de la puntuación media de la especialidad en el resto de indicadores, especialmente en excelencia del profesorado.

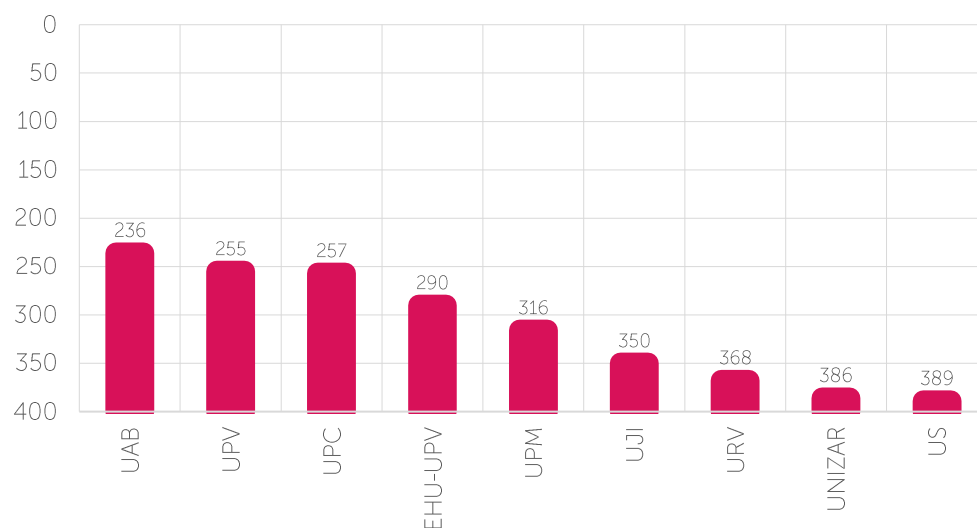
Solamente hay una universidad andaluza en: la Universidad de Sevilla, que ocupa la última posición de las españolas y la 389 de las 400 universidades seleccionadas.

Gráfico 8.20. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Ingeniería Eléctrica y Electrónica e Ingeniería y Ciencia de la Energía

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Electrical & Electronic Engineering (n=500)



Energy and Science & Engineering (n=400)

Son 14 universidades españolas las que figuran entre las 500 de la especialidad de *Ingeniería medioambiental* que presentan una puntuación media del 81,9% de la puntuación media de esta especialidad (gráfico 8.21). Las universidades españolas solamente superan a la puntuación media general en colaboración internacional (103,9%), en el resto de indicadores están por debajo del 90% de la media con la excepción del de impacto.

Hay dos universidades andaluzas en esta especialidad, la Universidad de Córdoba (posición 7ª de España y posición general 360ª de 500) y la Universidad de Granada (posición 10ª de España y posición general 421ª de 500).

La puntuación media de las universidades andaluzas es inferior a la media de la especialidad. Por indicadores, la media andaluza es superior a la nacional en excelencia del profesorado, mientras que supera a la media de la disciplina en colaboración internacional. La UGR tiene una puntuación media general menor que la disciplina y también, salvo en excelencia de la producción y calidad de la investigación, esto ocurre con respecto a la media nacional (tabla 8.6).

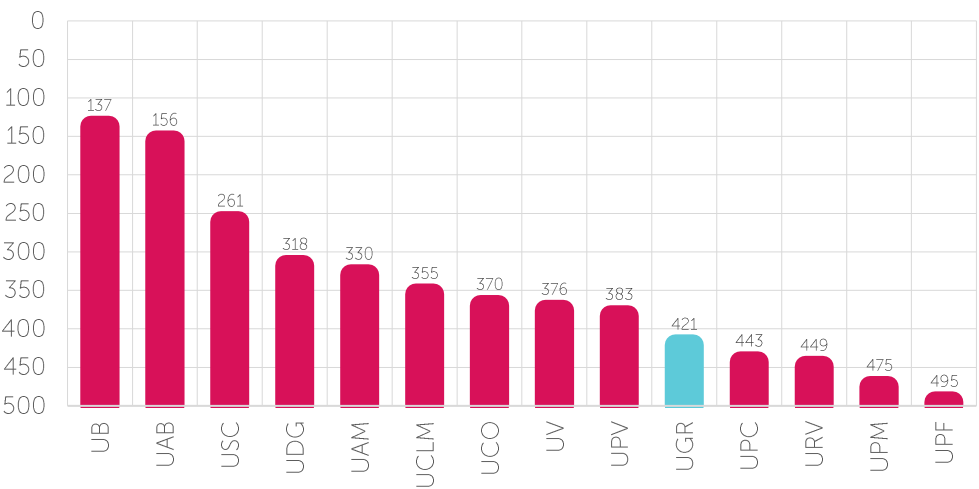
En *Tecnología de los alimentos* se da la mayor presencia de universidades españolas, hay 19 universidades españolas entre las 300 de la especialidad (gráfico 8.21) que alcanzan el 93,6% de la puntuación media general. Los indicadores de excelencia en profesorado y excelencia en investigación están en el 87% y 83% de la media de la especialidad; los de calidad de la investigación (97%) y el de impacto (94%) se acercan a la media de la disciplina, mientras que el de colaboración internacional supera a la media de la especialidad (108,4%).

Hay tres universidades andaluzas en esta especialidad, la Universidad de Granada (posición 5ª de España y posición general 97ª de 300; la Universidad de Sevilla (posición 6ª de España y posición general 108ª de 300) y la Universidad de Córdoba (posición 11ª de España y posición general 169ª de 300).

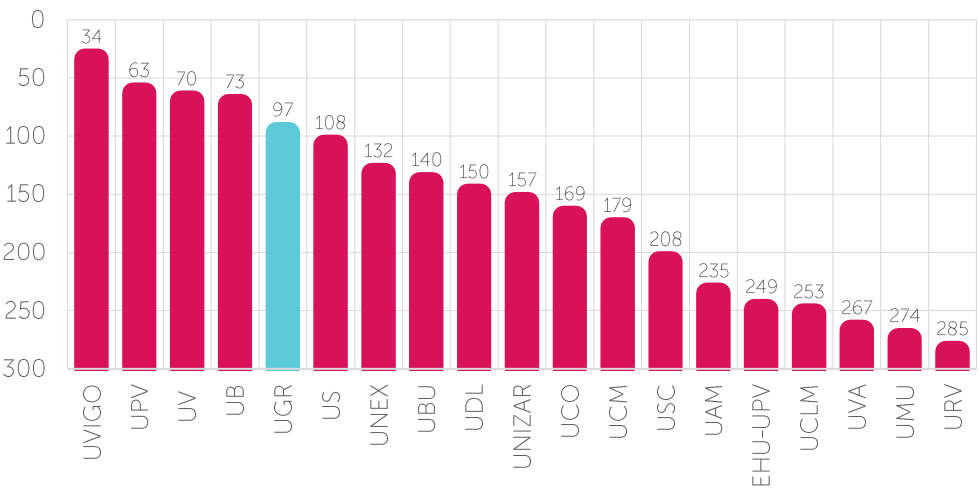
La puntuación media de las universidades andaluzas supera a las españolas, aunque es inferior a la media de la disciplina. Las universidades andaluzas tienen mayor puntuación media que las españolas y la disciplina en calidad de la investigación y colaboración internacional, además es superior a la media español en excelencia de la investigación. La puntuación de la UGR supera a la media general tanto española como de la disciplina y, excepto en excelencia del profesorado, también supera a ambas medias en todos los indicadores (tabla 8.6).

Gráfico 8.21. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Ingeniería y Ciencias Medioambientales y Tecnología y Ciencia de los Alimentos.

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Environmental Sc. & Engineering (n=500)



Food Science & Technology (n=300)

En la especialidad de *Instruments Science & Technology* están presentes 6 universidades españolas entre las 300 de la especialidad (gráfico 8.22) que presentan una puntuación media del 88% de la puntuación media. Las universidades españolas solamente superan a la puntuación media general en colaboración internacional (115%), en el resto de indicadores están por debajo del 90% de la media salvo calidad de la investigación, especialmente la diferencia es mayor en los indicadores de excelencia de la investigación y excelencia del profesorado.

Hay dos universidades andaluzas en esta especialidad, la Universidad de Sevilla (posición 2ª de España y posición general 184ª de 300) y la Universidad de Granada (posición 6ª de España y posición general 282ª de 300).

La puntuación media de las universidades andaluzas es inferior a la media de las españolas y de la especialidad. Por indicadores, la media andaluza es superior a la nacional y de la especialidad en colaboración internacional y también superan a la media nacional en impacto de la investigación.

La UGR tiene una puntuación media general menor que la nacional y la de la disciplina, sin embargo, sobresale con respecto a ellas en colaboración internacional (tabla 8.6).

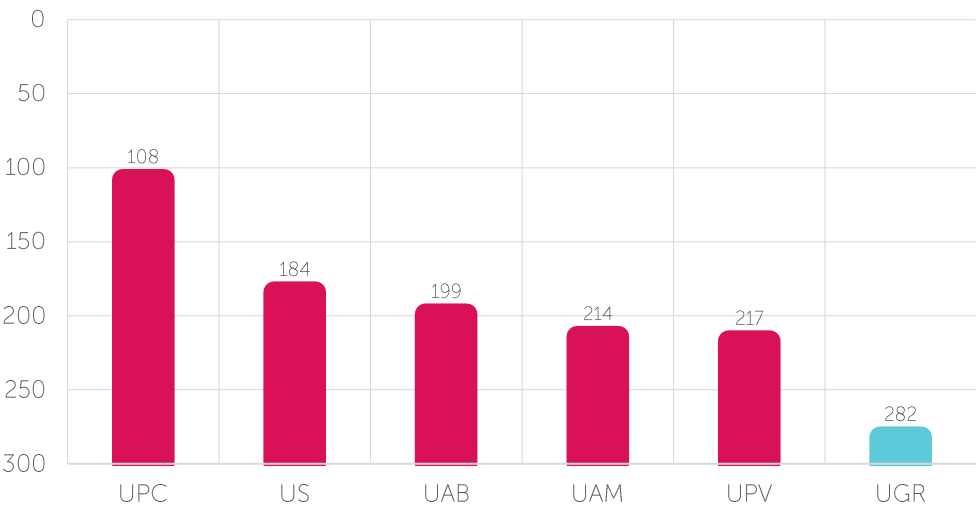
En *Ingeniería de Materiales* hay 9 universidades españolas entre las 500 de la especialidad (gráfico 8.22) que alcanzan un 76,1% de la puntuación media general. Al margen de la colaboración internacional que alcanza una media entre las universidades españolas sensiblemente superior a la media de la disciplina (118,1%), el resto de indicadores están bastante por debajo de la media de la especialidad en particular los referidos a la excelencia de la investigación y, sobre todo, del profesorado.

No hay presencia de universidades andaluzas en esta especialidad.

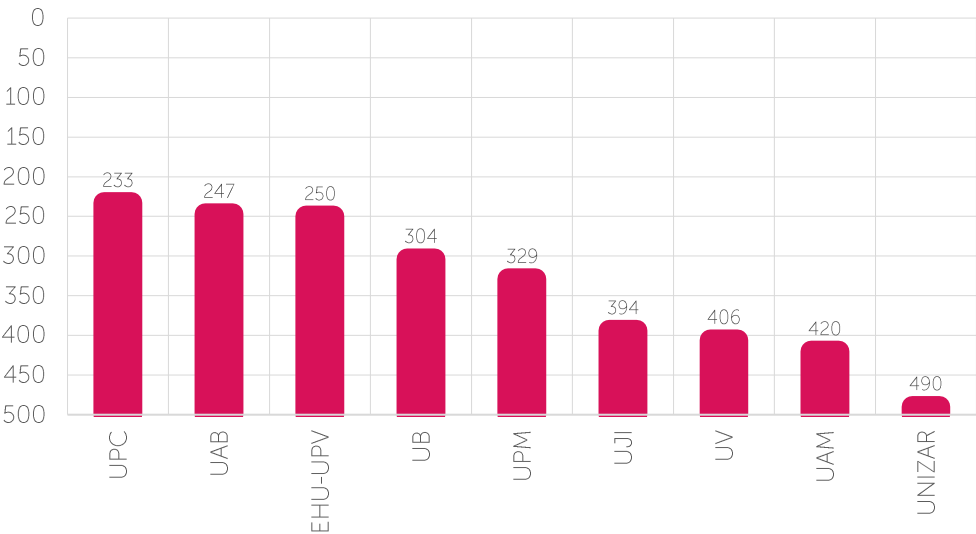


Gráfico 8.22. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Ciencia e Ingeniería de Instrumentos y Ciencia e Ingeniería de Materiales

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Instruments Science & Technology (n=300)



Materials Science & Engineering (n=500)

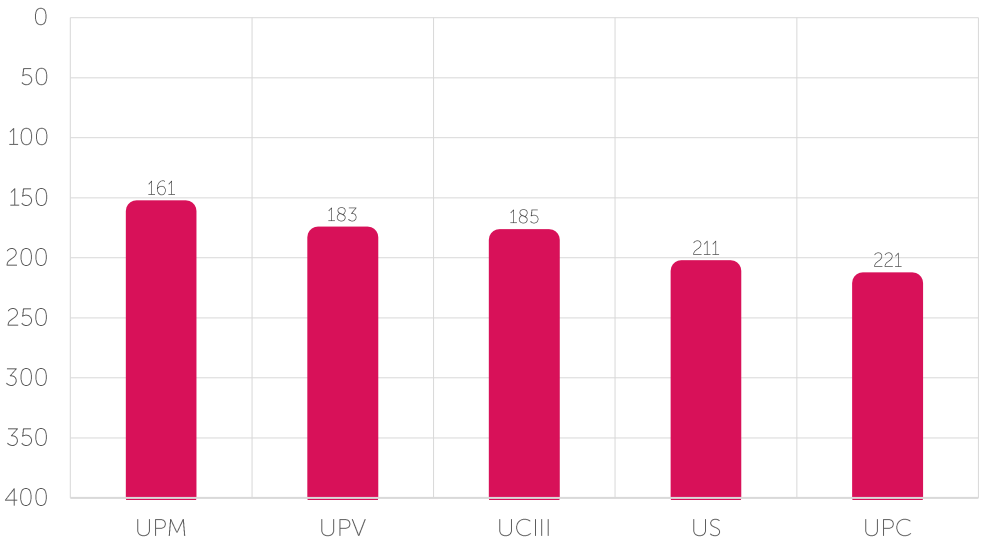
Son 5 universidades españolas las que figuran entre las 400 de la especialidad de *Ingeniería Mecánica* (gráfico 8.23). Presentan una puntuación media del 92,2% de la puntuación media de esta especialidad. Las universidades españolas superan a la puntuación media de la disciplina en colaboración internacional (104,4%) y en excelencia de la investigación (112,6%).

Solamente hay una universidad andaluza que es la Universidad de Sevilla que ocupa la posición 4ª de España y la 211ª de 400. Su puntuación media supera a la media nacional y de la especialidad en excelencia de la investigación.

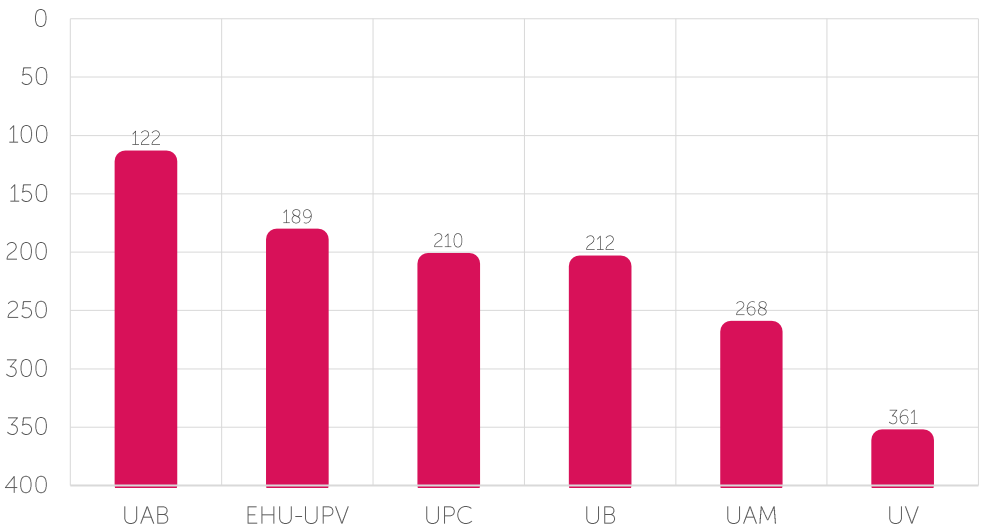
En *Nanotecnología* hay 6 universidades españolas entre las 400 de la especialidad (gráfico 8.23) que alcanzan un 87,8% de la puntuación media general. Una vez más, la puntuación media de las universidades españolas es inferior en todos los indicadores a la media de la disciplina con la única excepción de la colaboración internacional (127,7%). No hay presencia de universidades andaluzas en esta especialidad.

Gráfico 8.23. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Ingeniería Mecánica y Nanociencia y Nanotecnología

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghái (2024)



Mechanical Engineering (n=400)



Nanoscience & Nanotechnology (n=400)

Respecto a *Remote Sensing* son 2 las universidades españolas de la especialidad (gráfico 8.24). Al contrario de lo que suele ocurrir, en este caso la puntuación media de las universidades españolas supera la puntuación media de las 100 universidades de esta especialidad (104,8%). Las universidades españolas tienen una media bastante superior a la especialidad en colaboración internacional (122,8%) y en impacto (116,5%); la puntuación media de las españolas está algo por debajo en excelencia de la investigación y calidad de la investigación mientras está bastante más baja en excelencia del profesorado.

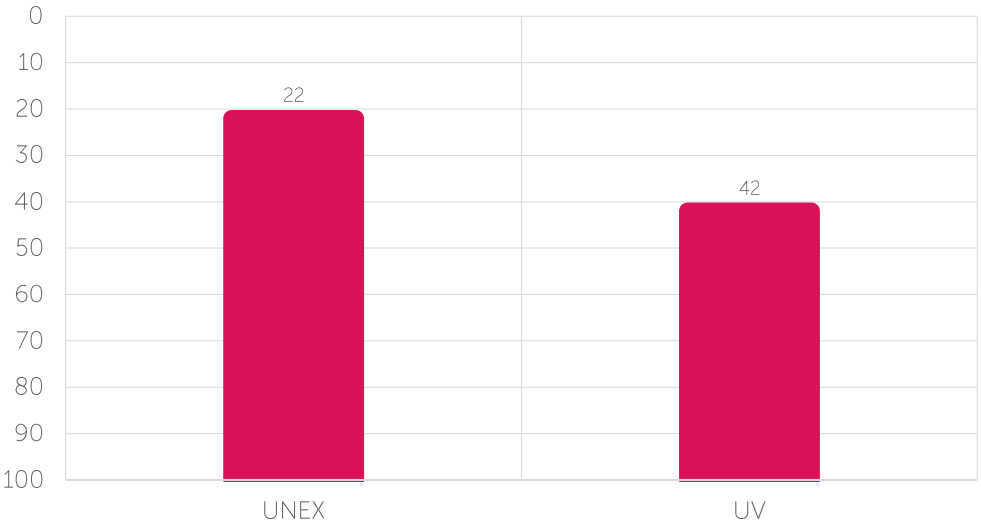
En esta especialidad no hay ninguna universidad andaluza.

En *Ingeniería de Telecomunicaciones* hay 5 universidades españolas entre las 300 que componen la selección de la especialidad (gráfico 8.24). Alcanzan una puntuación media del 77,5% de la media de la especialidad. La puntuación media de las universidades españolas supera claramente a la media de la especialidad en excelencia del profesorado (147,6%) y, salvo en colaboración internacional que es ligeramente inferior, en el resto de indicadores la media de las universidades españolas es muy inferior a la media de la especialidad.

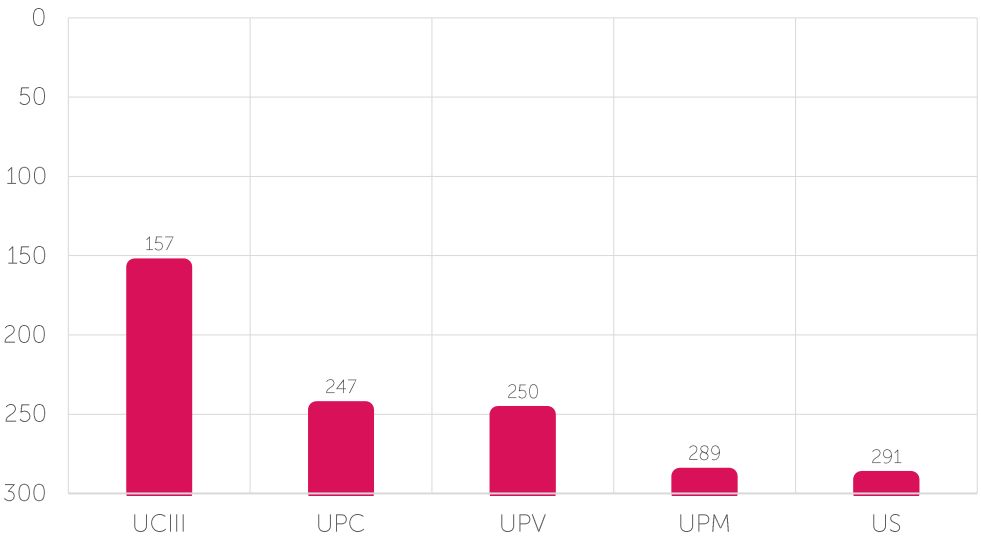
La Universidad de Sevilla es la única andaluza presente en esta especialidad, ocupa 5ª y última posición entre las españolas y la posición 291 de las 300 de la especialidad. La Universidad de Sevilla sobresale con gran diferencia en la excelencia del profesorado cuya puntuación es superior tanto a la media nacional como de la especialidad.

Gráfico 8.24. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Teledetección (Remote Sensing) e Ingeniería de Telecomunicaciones

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghai (2024)



Remote Sensing (n=100)

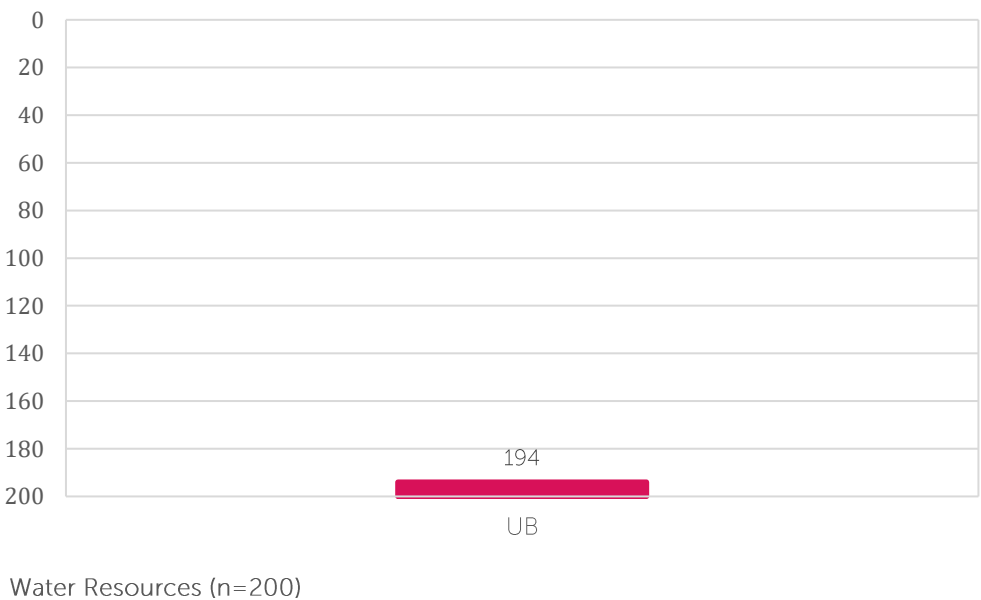


Telecommunication Engineering (n=300)

Finalmente, en la especialidad *Water Resources* solamente aparece una universidad española (Universidad de Barcelona) y además en posición baja, 194 de 200 (gráfico 8.25). Una vez más el indicador en el que destaca es en el de la colaboración internacional (109,8%).

Gráfico 8.25. Posición universidades españolas. 2024 Global Ranking of Academic Subjects. Ingeniería: Water Resources

Fuente: elaboración propia a partir de Global Ranking of Academic Subjects (GRAS) del ranking de Shanghái (2024)



No aparece ninguna universidad española en 5 especialidades que son: Aeronáutica (*Aerospace Engineering*), Tecnología Naval-Marítima (*Marine/Ocean Engineering*), Tecnología del Transporte (*Transportation Science & Technology*), Metalúrgica (*Metallurgical Engineering*) y Textil (*Textile Science and Engineering*).



DIPLOMA DE
ESCULTURA



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



9

Análisis de la
reputación de la
Universidad de
Granada

9.1. Introducción

La reputación institucional, especialmente en las universidades, constituye un activo intangible estratégico que refleja la percepción colectiva que tienen los distintos grupos de interés (*stakeholders*) sobre el valor y desempeño de la organización a lo largo del tiempo. Se construye a partir de percepciones tanto individuales como colectivas, que pueden ser favorables o desfavorables, se desarrollan en comparación con otras realidades y tienden a mantenerse estables a lo largo del tiempo (Fombrun, 1996). La literatura reciente confirma que una reputación organizacional sólida sigue siendo un activo estratégico esencial para garantizar la viabilidad a largo plazo de las instituciones. Esta reputación actúa como un escudo contra crisis, facilita relaciones de confianza con *stakeholders*, potencia la diferenciación e impacta directamente en la sostenibilidad a largo plazo (Bick et al., 2003; Srivoravilai et al., 2011; Song et al., 2019). Además, una fuerte reputación institucional va a influir en el comportamiento y actitud de los *stakeholders* y mejorar la lealtad y la sensación de orgullo y pertenencia a la institución (Hawabhay, Abratt y Peters, 2009).

En el contexto particular de la educación superior, la reputación académica se define como el grado en que una institución es considerada valiosa por sus integrantes a través de su oferta educativa, su actividad investigadora, su capacidad de innovación y su contribución al territorio. El interés académico y social por la reputación de las universidades comenzó a consolidarse a partir de la década de 1990. Términos como “college reputation” o “university reputation” experimentaron un notable aumento en los motores de búsqueda desde comienzos de siglo (Google Trends). El tratamiento dado a la reputación en la literatura académica durante las últimas dos décadas ha evolucionado hacia un enfoque multifactorial que vincula la reputación con variables como la imagen proyectada, la satisfacción estudiantil, la presencia digital o el posicionamiento en rankings. El análisis bibliométrico de Faraoni, Luque-Martínez y Doña-Toledo (2023) identifica las principales líneas temáticas en este campo, como *reputation*, *satisfaction*, *communication* o *governance*, al tiempo que señala líneas emergentes aún poco desarrolladas como *gender*, *elite* o *social media*.

En un mundo cada vez más complejo resulta fundamental proteger y fortalecer la reputación institucional, así como establecer vínculos sólidos con los diferentes grupos de interés. En el ámbito universitario, estos grupos incluyen al personal docente e investigador, al personal de administración y servicios, al estudiantado y sus familias, a los egresados, a otras instituciones de educación superior, a las diversas administraciones y a la sociedad en general. Las universidades interactúan con todos ellos de manera constante, y de esas relaciones surgen percepciones que moldean la imagen institucional. La forma en que los distintos *stakeholders* perciben a la universidad tiene un impacto directo en decisiones estratégicas como la elección del centro por parte del estudiantado, la asignación de fondos públicos o privados, o el éxito en la captación de proyectos en convocatorias competitivas.

Por tanto, la reputación se basa en la percepción que tienen los distintos públicos sobre el rendimiento de la organización a lo largo del tiempo. Una reputación positiva brinda al estudiantado certidumbre sobre el desempeño de la Universidad y otorga una ventaja competitiva a la misma en el entorno educativo. Además, una buena reputación contribuye a fortalecer la confianza del público y genera valor para los servicios que la universidad proporciona. La calidad de los servicios, especialmente aquellos dirigidos a la comunidad estudiantil, emerge como un factor primordial en la formación de la reputación. La satisfacción y la lealtad de los estudiantes son indicadores relevantes de una reputación sólida (Qazi et al., 2002; Latif et al., 2022).

La posición que una universidad ocupa en los rankings internacionales constituye uno de los indicadores más visibles de su buena reputación. Estas clasificaciones proporcionan una referencia clara y accesible sobre posición de una institución de educación superior frente a otras, tanto a nivel nacional como global, utilizando para ello una serie de indicadores previamente definidos.

En las últimas décadas, el número de rankings ha crecido notablemente, y con ello también el interés que suscitan. Algunos de ellos se basan principalmente en métricas bibliométricas, mientras que otros incorporan información obtenida a partir de encuestas dirigidas a académicos y empleadores. Entre los criterios más comunes figuran la producción científica, el grado de internacionalización, la calidad docente, la proporción entre profesorado y estudiantado y, de forma destacada, la reputación medida por las percepciones de académicos y empleadores.

Al ofrecer datos sobre la reputación, estas clasificaciones no solo la reflejan, sino que también la refuerzan, ya que las universidades mejor posicionadas tienden a ganar prestigio. Por tanto, estos rankings constituyen herramientas valiosas para evaluar el rendimiento institucional y establecer comparaciones con universidades de características similares, lo que permite identificar oportunidades de mejora.

Uno de los rankings internacionales más conocidos que mide la reputación de las universidades es “THE World Reputation Rankings, top universities by Prestige” que desde 2011 clasifica las 300 universidades más prestigiosas del mundo, procedentes de 38 países, utilizando una metodología que permite una evaluación profunda de la reputación académica. La última edición de 2025 introduce por primera vez seis indicadores de desempeño, lo que refleja el creciente interés de la comunidad académica por la reputación institucional. La metodología incluye una encuesta de opinión académica a más de 55.000 expertos, un nuevo sistema de comparación por pares y una métrica de diversidad del voto que premia a las universidades reconocidas por votantes de distintas regiones y disciplinas. Este ranking no solo muestra qué instituciones son las más valoradas, sino que también ofrece herramientas analíticas para profundizar en los factores que influyen en el prestigio global de las universidades.

La Universidad de Granada ha logrado un importante hito al ingresar por primera vez en este ranking al situarse entre las 300 universidades más prestigiosas del mundo, con solo 7 universidades españolas posicionadas en el mismo: Universidad de Barcelona (101-150), Universidad Autónoma de Madrid (151-200), Universidad Carlos III de Madrid (151-200), Universidad Complutense de Madrid (151-200), Universidad Autónoma de Barcelona (151-200), Universidad de Granada (201-300) y Universidad de Valencia (201-300).

9.2. Imagen de la Universidad de Granada

Diversas investigaciones han abordado la conexión entre la imagen y la reputación institucional, subrayando cómo ambas se encuentran estrechamente vinculadas (Bindhu et al., 2025). Lo que principalmente distingue estos dos conceptos es el enfoque temporal: la imagen representa una percepción inmediata, mientras que la reputación se configura como una construcción progresiva que refleja una trayectoria sostenida de valoraciones positivas por parte de los grupos de interés (Fombrun y Van Riel, 1997). Si bien la imagen puede ser gestionada a corto plazo a través de estrategias de comunicación y marketing, la reputación demanda un compromiso sostenido con la calidad y la coherencia en las acciones institucionales. Una imagen positiva que no esté respaldada por acciones y resultados sólidos inevitablemente se debilitará, lo que perjudicará la reputación a largo plazo.

Cualquier investigación orientada a comprender la reputación universitaria debe basarse en un seguimiento histórico de la evolución de su imagen entre los diferentes públicos con los que se relaciona.

En este apartado vamos a analizar la imagen que percibe uno de los principales colectivos de la universidad como es el estudiantado. Aprovechando la encuesta de gasto de los estudiantes para este estudio, se incluyeron tres ítems en el cuestionario para medir la imagen percibida que los estudiantes del curso 2024/2025 tenían de la UGR: (1) Tengo una buena imagen de la UGR; (2) Tengo una imagen clara de la UGR; (3) Tengo una imagen agradable de la UGR. Estos ítems fueron medidos mediante una escala tipo Likert de 5 puntos (1: totalmente de acuerdo; 5: totalmente en desacuerdo).

Los resultados obtenidos en relación con la imagen institucional de la UGR reflejan una valoración bastante positiva por parte del estudiantado encuestado. Con una muestra de 4.040 participantes, los tres ítems analizados presentan medias cercanas a 3,7 (Tabla 9.1), lo que indica una percepción favorable y bastante homogénea. En concreto, el ítem "Tengo una buena imagen de la UGR" obtiene la media más alta (3,68), seguida muy de cerca por "Tengo una imagen clara de la UGR" y "Tengo una imagen agradable de la UGR" ambos con un valor medio de 3,66. Además, esas opiniones son bastante homogéneas por cuanto que la desviación estándar es baja, por debajo del 1. Asimismo, el gráfico 9.1 muestra que entre el 62% y el 66% de las respuestas de los estudiantes se corresponden con que se están de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la UGR tienen una buena, clara y agradable imagen.

El gráfico 9.2 muestra los valores medios de percepción de la imagen de la UGR según el campus en el que se estudia. Se observan diferencias significativas en las medias entre tipo de estudios para los tres ítems de imagen ($p < 0,05$). Así, los que más valoran la imagen de la UGR son los estudiantes del campus de Ceuta, seguidos de los del campus de Granada y de Melilla, que presentan unos valores medios en todos los casos superiores a 3,37.

El gráfico 9.3 muestra la media de las valoraciones obtenidas en los tres ítems diferenciadas por nivel de estudios: Grado, Máster Oficial y Doctorado. Los datos reflejan que el estudiantado de doctorado presenta, en general, las valoraciones más altas en los tres ítems con valores por encima de 3,81. Le siguen los estudiantes de máster oficial, con puntuaciones entre 3,65 y 3,71, y finalmente el alumnado de grado, cuyas valoraciones oscilan entre 3,65 y 3,68. Las diferencias, aunque no muy marcadas pero significativas, indican que el nivel de estudios influye en la percepción de la imagen institucional, siendo más favorable en los niveles superiores.

Además de analizar la percepción que los estudiantes actuales tienen de la UGR, resulta igualmente relevante considerar la visión que poseen los egresados, un grupo de interés clave para las universidades. Comprender la imagen que los Alumni mantienen sobre la institución, una vez transcurridos varios años desde su paso por las aulas y con el bagaje que les aporta su experiencia laboral, aporta un valor añadido esencial en cualquier estudio de reputación de una universidad. En este contexto, se han utilizado los datos de los estudios de egresados de la UGR realizados en los años 2012, 2013, 2014, 2015, 2018, 2020 y 2021. Una de las principales ventajas de estos estudios es que incluyen en sus cuestionarios uno de los ítems sobre "imagen buena" utilizado en el estudio de gasto de los estudiantes actuales, lo cual permite realizar comparaciones directas entre ambos colectivos.

El gráfico 9.4 permite observar la evolución de la percepción de la imagen de la UGR que tienen los egresados a lo largo del tiempo, así como la de los estudiantes actuales. Como puede apreciarse, en los primeros años (2012 a 2015), las valoraciones de los egresados se mantenían en niveles bastante elevados y estables, con puntuaciones cercanas a 4. En los estudios más recientes (2018, 2020 y 2021), se aprecia un ligero descenso en estas valoraciones, situándose en torno a 3,5. Por su parte, la valoración otorgada por los estudiantes actuales en 2025 se sitúa en 3,68, lo que indica una ligera recuperación respecto a las últimas valoraciones de egresados.

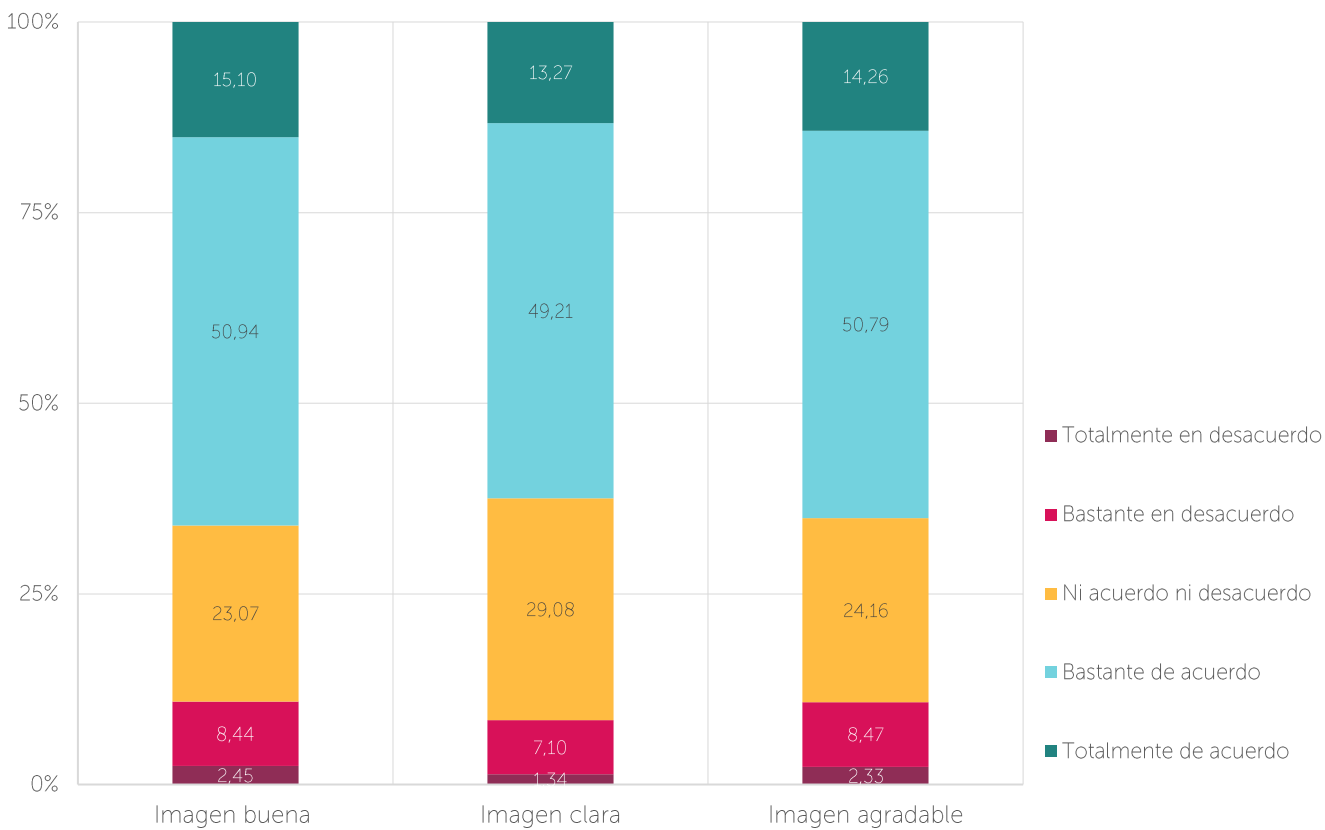
En síntesis, puede afirmarse que la Universidad de Granada proyecta una imagen favorable entre dos de sus principales públicos de interés: los estudiantes y los egresados. La evolución positiva que ha mostrado la percepción de la UGR a lo largo del tiempo constituye un claro indicador de la sólida reputación social que la institución mantiene entre sus públicos clave.

Tabla 9.1. Imagen percibida por los estudiantes de la UGR: valores medios (curso 2024/2025)

Ítems	N	Media	Desviación estándar
Tengo una buena imagen de la UGR	4.040	3,68	0,91
Tengo una imagen clara de la UGR	4.040	3,66	0,84
Tengo una imagen agradable de la UGR	4.040	3,66	0,90

Fuente: elaboración propia

Gráfico 9.1. Imagen percibida por los estudiantes de la UGR: frecuencias (curso 2024/2025)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 9.2. Imagen percibida por los estudiantes de la UGR por tipo de campus (curso 2024/2025)

Fuente: elaboración propia

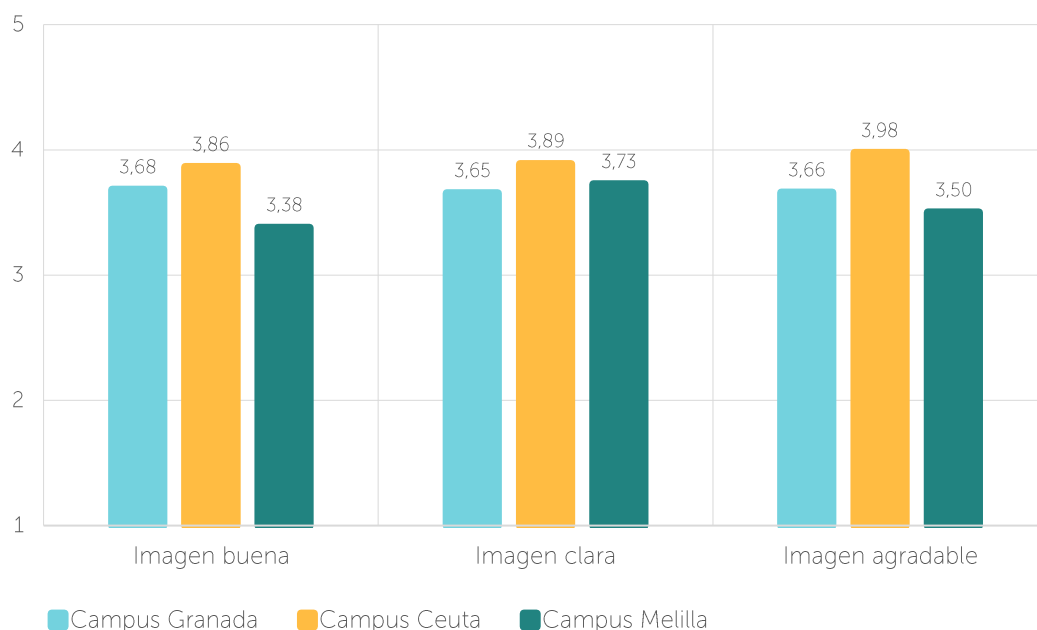


Gráfico 9.3. Imagen percibida por los estudiantes de la UGR por tipo de estudios (curso 2024/2025)

Fuente: elaboración propia

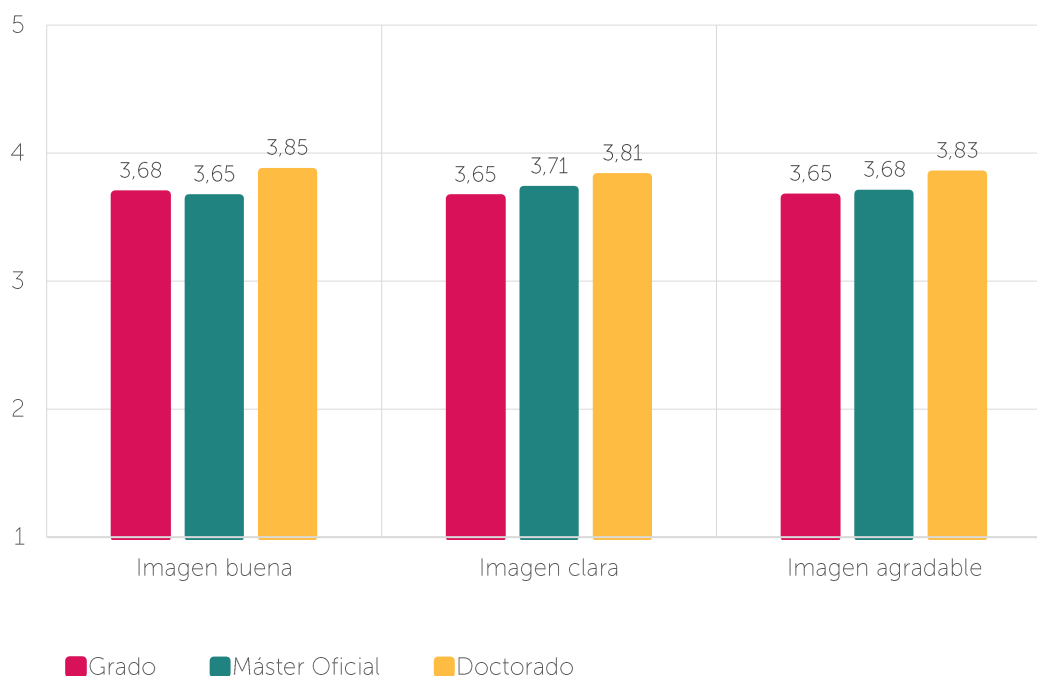
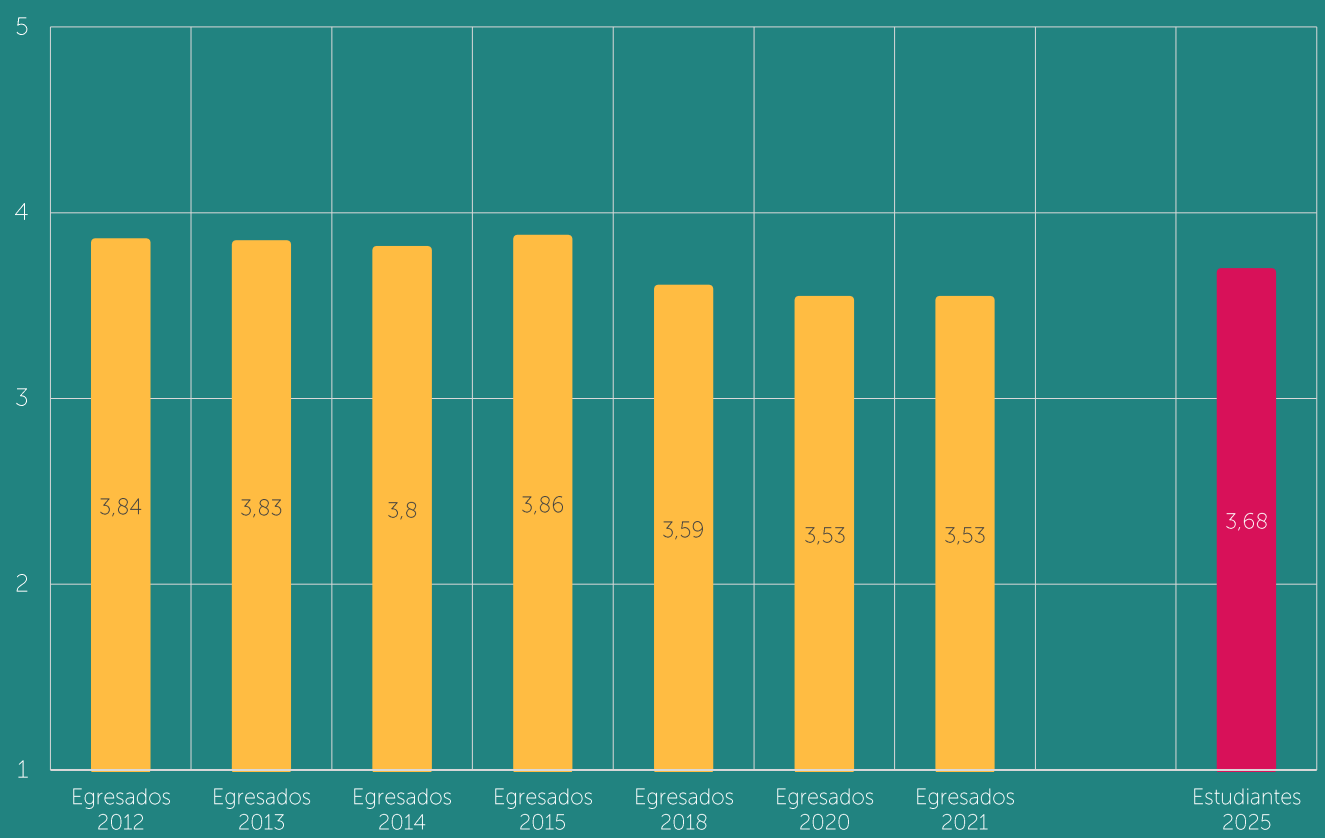


Gráfico 9.4. Evolución de la imagen percibida por los/as estudiantes y egresados/as de la UGR



Fuente: elaboración propia

9.3. Grado de satisfacción con la Universidad de Granada

La investigación académica ha puesto de manifiesto una conexión importante entre los conceptos reputación institucional, imagen y satisfacción en las instituciones de educación superior (Faraoni, Luque-Martínez y Doña-Toledo, 2023). La imagen que los públicos de interés tienen de una universidad se considera un buen antecedente de la satisfacción hacia la misma. Pero la literatura también señala que la satisfacción académica puede reforzar la imagen de marca de una universidad, ya que un estudiante satisfecho recomendará la institución y expresará opiniones favorables hacia la misma. A su vez, la reputación institucional está estrechamente ligada a la imagen de una universidad y se asocia positivamente con la satisfacción estudiantil. Opera como una variable moderadora, amplificando o atenuando el impacto que las políticas institucionales ejercen en las percepciones de los públicos de interés y su satisfacción (Schlesinger et al., 2014).

La satisfacción universitaria se define como la evaluación subjetiva que los públicos de interés hacen de los resultados y experiencias relacionadas con la educación. Diversos estudios han tratado de estudiar cómo medir la satisfacción de los estudiantes hacia la universidad, proponiendo escalas diversas que abordan dimensiones como la enseñanza recibida, la organización académica, las infraestructuras y servicios o la vida universitaria. No obstante, otros estudios proponen medir la satisfacción de una manera global a través de escalas más simples.

En nuestro caso, dadas las características del estudio hemos optado por este último supuesto empleando una escala con tres ítems: (1) Volvería a cursar la misma titulación si tuviera que comenzar de nuevo mis estudios, (2) Volvería a cursar otra titulación en la UGR, (3) En términos generales estoy satisfecho/a con la UGR. Se trata de una escala que recoge facetas relativas a la intención de volver a cursar la misma titulación, volver a elegir la UGR y satisfacción global.

La tabla 9.2 muestra los valores medios obtenidos para cada ítem. La valoración más alta corresponde a la intención de volver a cursar la misma titulación con una media de 3,87 (sobre 5), lo que indica un grado elevado de satisfacción con los estudios realizados y una percepción positiva sobre la elección de la titulación. La satisfacción global hacia la UGR alcanza una media de 3,68. La puntuación más baja, aunque por encima del punto medio de la escala, la recibe la intención de volver a estudiar en la UGR que obtiene una media de 3,22. Los datos obtenidos ponen de manifiesto un nivel de satisfacción global favorable entre el estudiantado de la UGR, con especial valoración de los títulos cursados. Sin embargo, también señalan la conveniencia de reforzar aquellos aspectos que contribuyen a una experiencia universitaria más completa.

El análisis de la distribución de frecuencias en el gráfico 9.5 muestra que la mayor satisfacción se registra en relación con cursar la misma titulación, más del 70% del estudiantado se muestra "bastante" o "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que volvería a cursar la misma carrera. La satisfacción global hacia la UGR también presenta resultados positivos, con un 66,9 % de respuestas en los niveles más altos de acuerdo. En cambio, la disposición a volver a estudiar en la UGR presenta un perfil más equilibrado, con una proporción menor de respuestas claramente favorables.

El gráfico 9.6 muestra los resultados de satisfacción desagregados por tipo de campus. Se observa que la intención de repetir la titulación cursada es elevada en los tres campus, destacando especialmente los campus de Ceuta (4,15) y Melilla (4,01) por encima del campus de Granada (3,86) ($p < 0,05$). En cuanto a la disposición a volver a estudiar en la UGR, las valoraciones son más homogéneas y moderadas, con medias entre 3,12-3,26 en todos los campus, sin que tales medias sean estadísticamente significativas ($p > 0,05$). Por último, la satisfacción global sí que muestra las mayores diferencias entre campus, con el campus de Ceuta con la valoración más alta (3,85), seguido del campus de Granada (3,68), y en tercer lugar con la media más baja el campus de Melilla (3,43). Tales diferencias son estadísticamente significativas ($p < 0,05$).

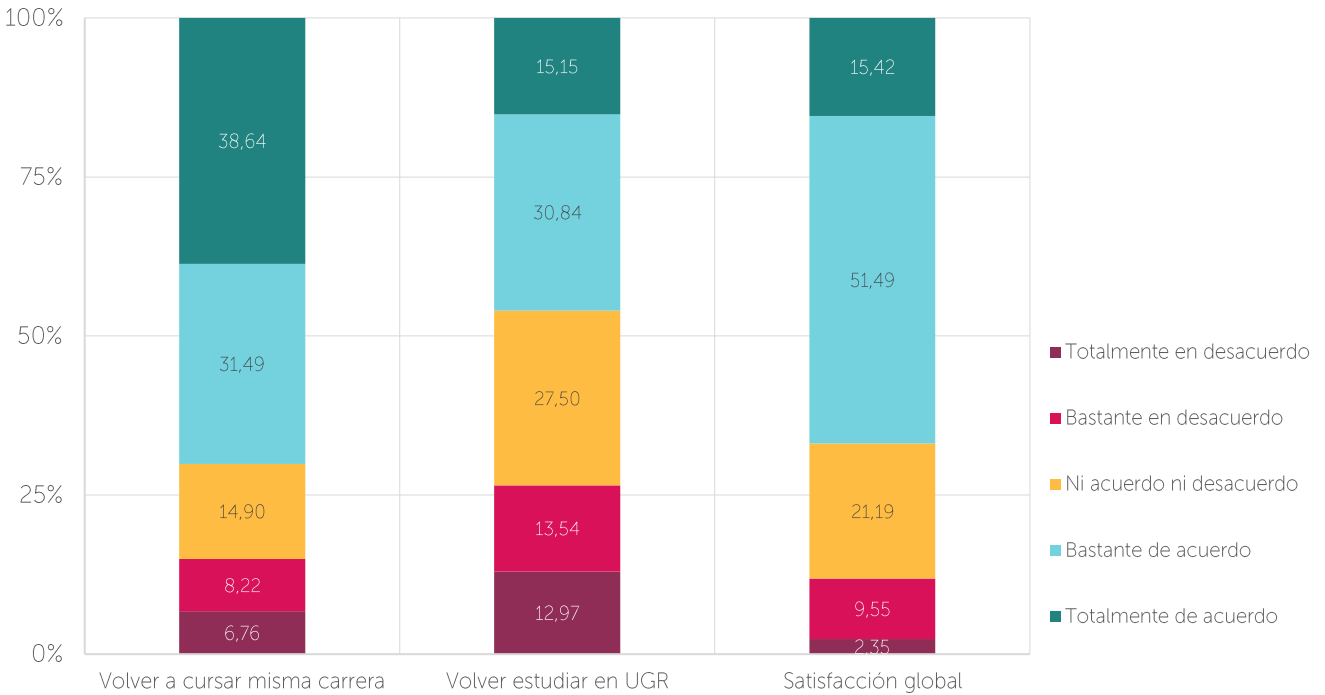
Al comparar los resultados por nivel de estudios (véase gráfico 9.7), se observa que el estudiantado de Doctorado presenta las valoraciones más altas en los tres indicadores de satisfacción analizados. En particular, destaca en la disposición a volver a cursar la misma titulación (3,96) y en la satisfacción global (3,90). El alumnado de Grado y Máster Oficial muestra niveles de satisfacción similares en cuanto a volver a cursar la misma carrera (ambos en torno a 3,89 y 3,70, respectivamente) y en satisfacción global (3,68 y 3,61). Sin embargo, en la disposición a volver a estudiar en la UGR, el alumnado de Máster (3,33) supera ligeramente al de Grado (3,18). Todas estas diferencias son estadísticamente significativas.

Tabla 9.2. Satisfacción percibida por los estudiantes de la UGR: valores medios (curso 2024/2025)

Ítems	N	Media	Desviación estándar
Volvería a cursar la misma titulación	4.040	3,87	1,21
Volvería a estudiar en la UGR	4.040	3,22	1,23
Satisfacción global hacia la UGR	4.040	3,68	0,93

Fuente: elaboración propia

Gráfico 9.5. Satisfacción percibida por los estudiantes de la UGR: frecuencias (curso 2024/2025)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 9.6.
Satisfacción percibida
por los estudiantes de
la UGR por tipo de
campus (curso
2024/2025)

Fuente: elaboración
propia

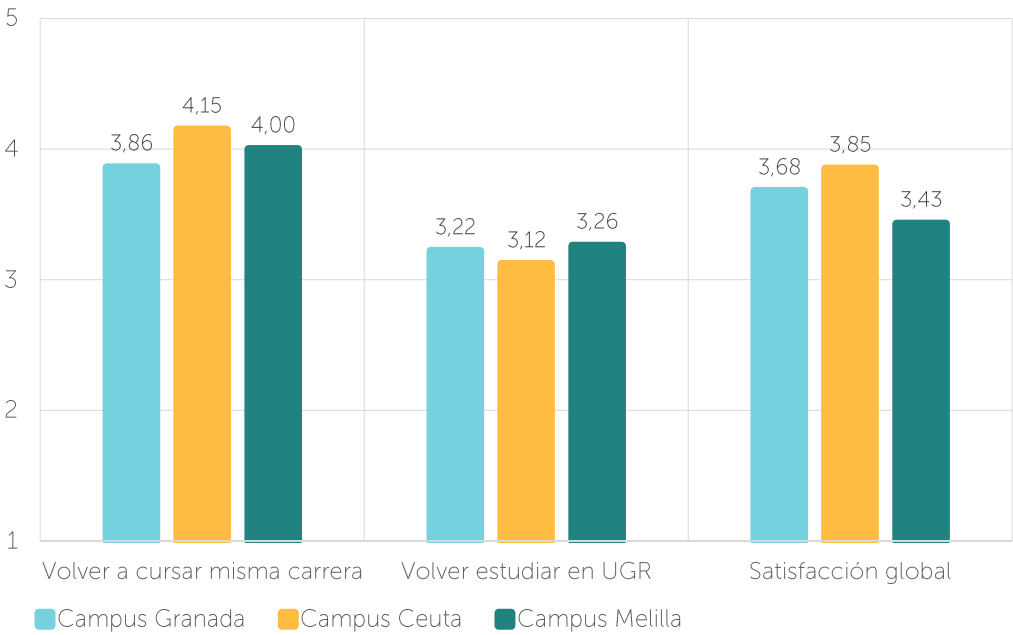
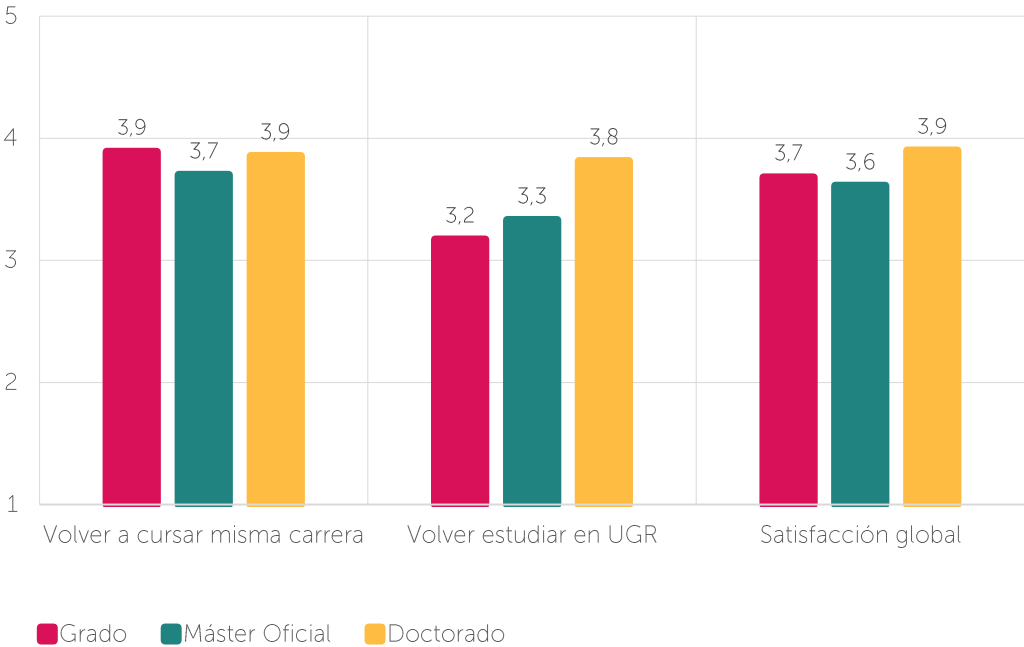


Gráfico 9.7.
Satisfacción percibida
por los estudiantes de
la UGR por tipo de
estudios (curso
2024/2025)

Fuente: elaboración
propia



9.4. La UGR en las redes sociales

Introducción

En el contexto actual de la educación superior, las universidades se enfrentan a un entorno altamente competitivo donde la visibilidad y la capacidad de comunicar eficazmente su oferta de titulaciones, las actividades que realizan y el conocimiento que generan se han convertido en factores determinantes para su posicionamiento global (Faraoni, Luque-Martínez y Doña-Toledo, 2024). La consolidación de las redes sociales como plataformas de comunicación digital ha transformado radicalmente las estrategias de proyección institucional ante la sociedad (Luque-Martínez, Doña-Toledo y Faraoni, 2025). Esta transformación digital no solo ha redefinido los canales tradicionales de comunicación académica, sino que ha establecido nuevas métricas de impacto y reconocimiento que trascienden los límites físicos y la presencia en medios de comunicación convencionales (Tomaszewicz y Barczyk, 2024).

Las redes sociales han democratizado el acceso a la información universitaria y han creado nuevas oportunidades para el *engagement* público con la investigación y las actividades académicas. Permiten a las universidades llegar a audiencias masivas de manera flexible, superando los filtros tradicionales de los medios de comunicación (Carrigan, 2022). Son especialmente efectivas para llegar a uno de los públicos objetivos más relevantes para las instituciones educativas y más difíciles de alcanzar, el estudiantado.

La literatura académica ha puesto de manifiesto la importancia creciente de las redes sociales como herramientas fundamentales para la comunicación institucional en el ámbito de la educación superior, debido a la creciente digitalización que está caracterizando los últimos años (Luque-Martínez, Doña-Toledo y Faraoni, 2025). Redes sociales como X, Facebook, Instagram o LinkedIn han emergido como instrumentos imprescindibles para la transmisión de información a la comunidad universitaria y a la sociedad, en general. Capriotti y Zeler (2023), mediante un análisis de contenido de las estrategias comunicativas de 70 instituciones de educación superior en Estados Unidos, Europa y América Latina, mostraron que las universidades están adoptando un enfoque centrípeto en sus publicaciones en redes sociales, lo que refleja una tendencia hacia la consolidación de identidades institucionales distintivas de acuerdo con diferentes *stakeholders*, buscando diferenciarse en un mercado educativo global cada vez más saturado.

Asimismo, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la divulgación científica de las universidades, al hacer llegar a la sociedad de una manera amigable y en un lenguaje cercano los hallazgos científicos. En este sentido, una investigación realizada por académicos de la Universidad de Cambridge (Carrigan y Jordan, 2022) sobre el uso de redes sociales reveló que las universidades utilizan consistentemente métricas de las redes sociales, como número de seguidores, *likes* y compartidos, para demostrar que su investigación está generando influencia más allá del ámbito académico.

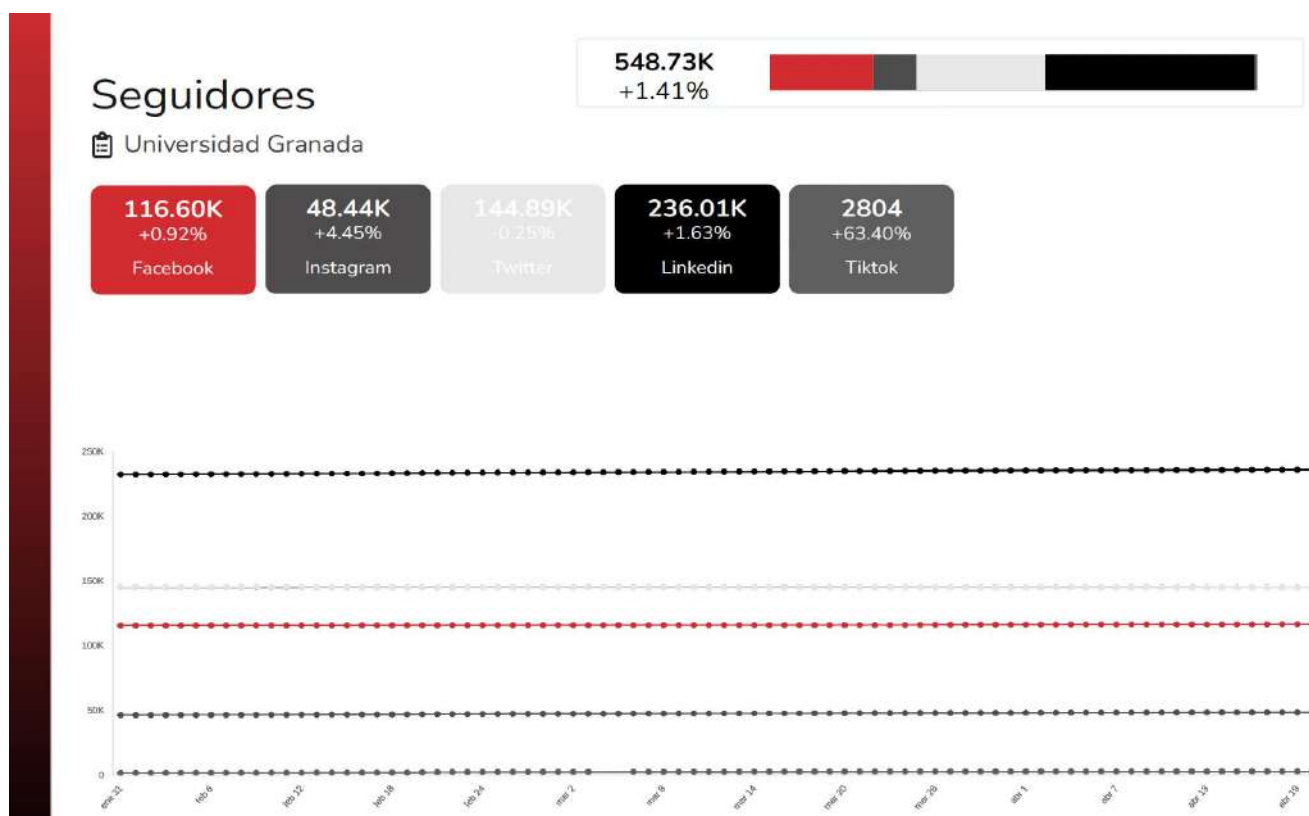
Por otro lado, la literatura académica ha demostrado que existe una correlación positiva entre la posición en rankings universitarios y el número de seguidores en casi todas las plataformas digitales, estableciendo una relación directa entre el prestigio académico tradicional y el éxito en el entorno digital (Faraoni, Luque-Martínez y Doña-Toledo, 2024). En este sentido, las universidades con mayor actividad en redes sociales logran mejores resultados en términos de *engagement* (más *likes*, comentarios y compartidos) y generan mayor interés entre los futuros estudiantes (Tomaszewicz y Barczyk, 2024). El trabajo de Pérez-Bonaventura y Rodríguez-Llorente (2023) en el ámbito español reveló que el número

de estudiantes está estrechamente relacionado con el número de seguidores y con las interacciones en redes sociales, aunque en grados variables según la red social analizada. Además, concluyeron que las universidades con mejor posicionamiento en rankings obtienen mayor número de interacciones por publicación en Facebook y Twitter. Siempre en el ámbito español, el estudio de Faraoni, Luque-Martínez y Doña-Toledo (2024) concluye que la visibilidad online en X (Twitter cuando se llevó a cabo el estudio), blogs, fórums y páginas de noticias de las universidades públicas es un componente esencial y medible de la reputación universitaria, aunque desigualmente distribuido entre las universidades públicas españolas. Esta visibilidad no depende exclusivamente de la calidad investigadora, sino de factores como el tamaño, la localización, la presencia en rankings y el contexto económico regional. El análisis permite clasificar a las universidades en cuatro perfiles diferenciados según su notoriedad mediática, y subraya la necesidad de incorporar indicadores de visibilidad en la gestión estratégica de la comunicación institucional.

A continuación, vamos a examinar la presencia e impacto que la Universidad de Granada está consiguiendo en las principales redes sociales. Considerando las principales redes sociales de carácter generalista (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, TikTok), la UGR tenía a mes de abril de 2025 una comunidad total de más de 548 mil seguidores, con un crecimiento en los últimos meses (enero a abril) del 1,41%. El mayor número de seguidores lo encontramos en LinkedIn con más de 236 mil, seguido de X con más de 144 mil y Facebook con más de 116 mil.

Cabe destacar que, aunque la presencia de la UGR en Instagram y TikTok es mucho más reciente (2 años y 1 año, respectivamente), el volumen de seguidores es ya bastante significativo, y el crecimiento porcentual en los últimos meses muy relevante (véase gráfico 9.8).

Gráfico 9.8. Posición global de la UGR en las principales redes sociales



Fuente: elaboración propia. Datos abril de 2025

Presencia de la UGR en X

La red social X, anteriormente conocida como Twitter, ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, no exenta de polémica, convirtiéndose en una plataforma digital que busca expandir sus funcionalidades más allá del intercambio de mensajes cortos. Esta evolución ha tenido un impacto particular en el ámbito educativo, donde las instituciones de educación superior han encontrado en esta plataforma un canal estratégico para la comunicación, divulgación y construcción de comunidades académicas. Sigue manteniendo las características fundamentales que la convirtieron en una herramienta valiosa para la comunicación científica, permitiendo a las universidades crear contenido para sus públicos objetivo, transmitir información en tiempo real sobre el día a día de la institución, y construir redes académicas.

En el ámbito de la educación superior en España, X se ha ido consolidando a lo largo de los años como una herramienta fundamental para la comunicación institucional entre las universidades españolas. Como señala Blanco (2025), la relevancia de una institución educativa en la era digital se mide también por su actividad y número de seguidores en redes sociales, donde X ocupa un papel privilegiado.

Para el análisis de la presencia de la Universidad de Granada (@CanalUGR) en X vamos a utilizar las siguientes métricas:

- Alcance. Número de seguidores (followers) que tiene cada universidad. Se trata de una medida muy básica, aunque significativa, ya que muestra el alcance potencial de los mensajes de la cuenta. Cuantos más seguidores, mayor la audiencia que verá las publicaciones que haga la universidad.
- Aceptación del contenido. Número de “likes”, es decir, número de veces que los usuarios de la red social X pulsan el botón de “me gusta” en un tuit concreto. Es una métrica de interacción sencilla, que muestra valoración positiva por parte de la audiencia.
- *Engagement*. Mide el nivel de interacción de la audiencia con las publicaciones de la cuenta, incluyendo likes, retuits, replies, o clics en el contenido (por ejemplo, en enlaces, hashtags, imágenes, vídeos o en el propio perfil). La tasa de *engagement* se calcula como el cociente entre las interacciones y las impresiones totales, multiplicado por 100. Una tasa alta para una universidad en un periodo de tiempo concreto muestra una audiencia activa y comprometida con el contenido que publica la institución.

La tabla 9.3 muestra las 20 primeras universidades españolas por alcance en la red social X, tomando como referencia el número de seguidores en sus cuentas institucionales oficiales. Cabe destacar la posición de la Universidad de Granada, que se sitúa como la primera del Sistema Universitario Español (SUE) con cerca de 145.000 seguidores en su cuenta oficial @CanalUGR. Le siguen con más de 100.000 seguidores la Universidad de Sevilla (@unisevilla), con más de 135.000, la Universidad de Málaga (@InfoUMA), que supera los 123.000, la UNED (@UNED), con casi 117.000, y las universidades Complutense de Madrid (@unicomplutense), Alicante (@UA_Universidad) y Murcia (@UMU) que rozan los 110.000 seguidores.

La tabla 9.4 recoge la posición de las 20 primeras universidades por número medio de “likes” obtenidos en sus publicaciones en la red social X. Encabeza este top 20 la Universidad de Córdoba (@Univcordoba), con una media de 53,65 likes por publicación, lo que pone de relieve la alta capacidad de esta universidad para generar contenido atractivo y bien valorado por su comunidad digital. Le sigue la Universidad Complutense de Madrid (@unicomplutense), con 25,92 likes de media, y en tercera posición la Universitat de València (@UV_EG), con 10,98 likes. La Universidad de Granada (@CanalUGR) ocupa la undécima posición, con una media de 6,48 likes por publicación, situándose así en una posición destacada dentro del grupo de universidades con niveles de interacción intermedios-altos en la plataforma.

Tabla 9.3. Top 20 universidades con mayor Alcance en X

Universidad	usuario	Nº seguidores	Universidad	usuario	Nº seguidores
1. Universidad de Granada	@Canalugr	144.936	11. Universidad Autónoma Madrid	@UAM_Madrid	67.016
2. Universidad de Sevilla	@unisevilla	135.123	12. Universitat Politècnica de Valencia	@UPV	61.010
3. Universidad de Málaga	@InfoUMA	123.090	13. Universidad Alcalá	@UAHes	60.993
4. UNED	@UNED	116.995	14. Universitat Autònoma de Barcelona	@UABBarcelona	60.522
5. Universidad Complutense de Madrid	@unicomplutense	109.596	15. Universidad de Castilla-La Mancha	@uclm_es	57.171
6. Universidad de Alicante	@UA_Universidad	109.147	16. Universidad de La Laguna	@ULL	56.155
7. Universidad Murcia	@UMU	108.358	17. Universidad Rey Juan Carlos I	@urjc	55.422
8. Universitat Valencia	@UV_EG	79.292	18. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	@ULPGC	52.786
9. Universidad de Salamanca	@usal	75.138	19. Universidad Córdoba	@Univcordoba	52.690
10. Universitat de Barcelona	@UniBarcelona	74.656	20. Universidad de Cádiz	@univcadiz	52.443

Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Tabla 9.4. Top 20 universidades con mayor Aceptación en X

Universidad	usuario	Nº likes	Universidad	usuario	Nº Likes
1. Universidad Córdoba	@Univcordoba	53,65	11. Universidad de Granada	@Canalugr	6,48
2. Universidad Complutense de Madrid	@unicomplutense	25,92	12. Universidad de Valladolid	@UVa_es	6,23
3. Universitat Valencia	@UV_EG	10,98	13. Universidad de Castilla-La Mancha	@uclm_es	5,71
4. Universitat Pompeu Fabra	@UPFBarcelona	10,64	14. UNED	@UNED	5,38
5. Universidad de Alicante	@UA_Universidad	9,23	15. Autónoma Madrid	@UAM_Madrid	5,32
6. Universidad de Sevilla	@unisevilla	9,1	16. Universidad Murcia	@UMU	5,03
7. Universidad Carlos III	@uc3m	7,61	17. Universitat Politècnica de Valencia	@UPV	5,01
8. Universidad Pablo de Olavide	@pablodeolavide	6,81	18. Universitat Politècnica de Catalunya	@la_UPC	4,97
9. Universidad Zaragoza	@unizar	6,6	19. Universidad Internacional de Andalucía	@UNIAuniversidad	4,32
10. Universitat de Lleida	@UdL_info	6,52	20. Universitat Autònoma de Barcelona	@UABBarcelona	4,31

Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025



Si se analizan los datos en función al indicador de *engagement* que recoge *likes*, respuestas, retuits, o clics observamos que de nuevo es la Universidad de Córdoba (@Univcordoba) la que ocupa la primera posición en el SUE con una tasa de *engagement* de 0,12, seguida muy de cerca por la Universitat de Lleida (@UdL_info) con 0,11 (véase tabla 9.5). Estas cifras son especialmente altas en el contexto de X, una plataforma donde las tasas de *engagement* suelen ser moderadas debido a la naturaleza rápida y de bajo compromiso de la interacción. En tercera y cuarta posición se sitúan la Universidad Complutense de Madrid (@unicomplutense) y la Universidad Internacional de Andalucía (@UNIAuniversidad), ambas con un *engagement* de 0,04. Por su parte, la Universidad de Granada (@CanalUGR) figura en la decimonovena posición, con una tasa de 0,01. Si bien esta tasa es más baja que la de otras universidades, es importante señalar que en perfiles con comunidades muy amplias —como es el caso de la UGR, que lidera en número de seguidores—, el cálculo de la tasa de *engagement* tiende a ser más bajo debido a la dilución estadística que se produce en audiencias grandes.

El gráfico 9.9 analiza la relación entre el número de seguidores y el nivel de interacción (*likes*) en la red social X de las universidades españolas. Las líneas de referencia (vertical y horizontal) representan las medias del sistema universitario en ambos indicadores y permiten identificar de forma visual qué universidades presentan un rendimiento superior o inferior al promedio. En este sentido, cabe destacar la Universidad de Córdoba (@Univcordoba), que, pese a contar con un volumen de seguidores cercano a la media, presenta un nivel de *engagement* bastante elevado, situándose por encima del resto del sistema. Por otro lado, La Universidad Complutense (@unicomplutense) presenta una adecuada combinación de audiencia amplia (seguidores) y nivel de interacción elevado. Otras universidades se sitúan en torno a la media del SUPE como la Universitat de Valencia (@UV_EG) o la Universidad de Alicante (@UA_Universidad), con un buen equilibrio entre tamaño de comunidad e interacción.

La Universidad de Granada (@Canalugr) supera tanto la media de seguidores como de *likes*, lo que refleja una posición sólida en términos de presencia digital en esta red social.

El gráfico 9.10 muestra la posición de las distintas universidades en función al alcance (seguidores) y al *engagement*. En este caso son las universidades Complutense de Madrid (@unicomplutense) y de Valencia (@UV_EG) las dos únicas que se sitúan dentro del cuadrante superior derecho con unos valores por encima de la media del SUPE en ambos indicadores. La Universidad de Granada (@canalugr) destaca por seguidores pero en cambio en *engagement* se encuentra ligeramente por debajo de la media.

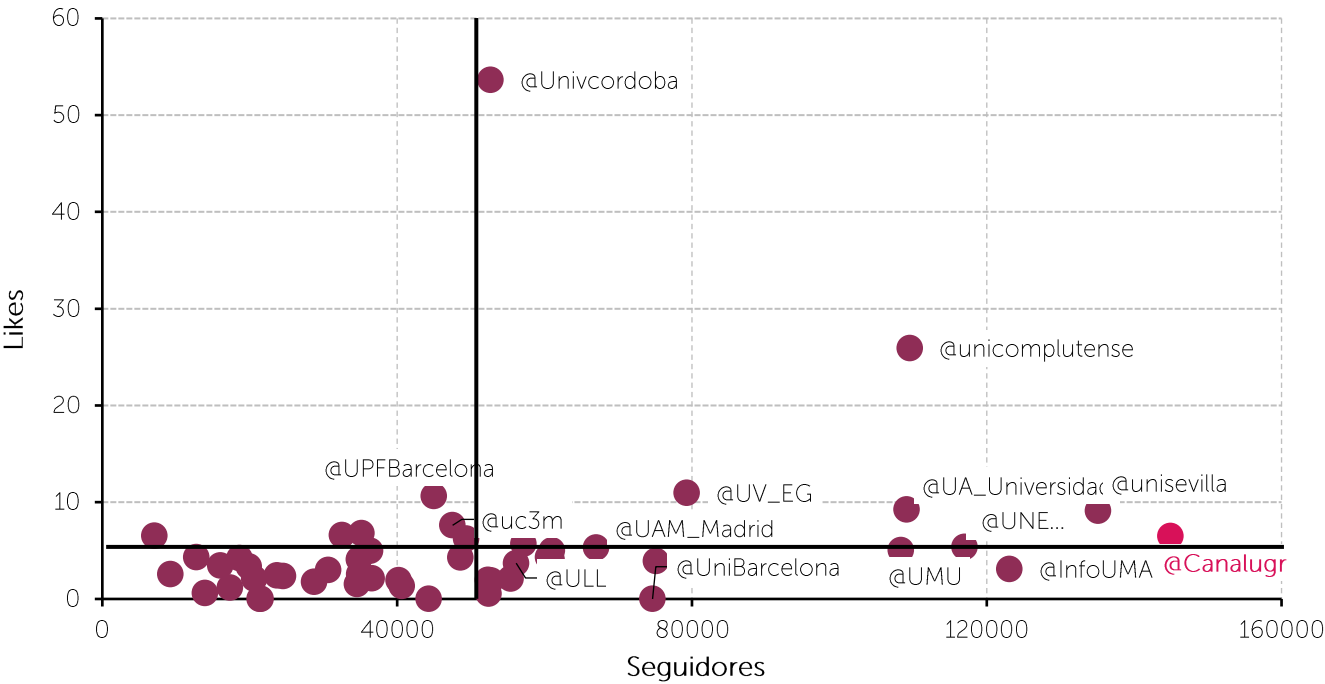
A modo de resumen, el gráfico 9.11 muestra como en el último año, la comunidad de la UGR en la red social X ha tenido una ligera disminución en el número de seguidores, lo que representa una caída del 0,25%. Además, se ha registrado una importante disminución tanto en los seguidores ganados (-53,18%) como en los seguidores perdidos (-36,48%). Sin embargo, la actividad en publicaciones ha aumentado un 36,13%, alcanzando 535 *posts*. La tendencia diaria refleja una caída progresiva en el total de seguidores durante el periodo, lo cual es un reflejo de la situación actual por la que atraviesa esta red social.

Tabla 9.5. Top 20 universidades con mayor Engagement en X

Universidad	usuario	Engagement	Universidad	usuario	Engagement
1. Universidad de Córdoba	@Univcordoba	0.12	11. Universidad Carlos III	@uc3m	0.02
2. Universitat de Lleida	@UdL_info	0.11	12. Universidad Pablo de Olavide	@pablodeolavide	0.02
3. Universidad Complutense de Madrid	@unicomplutense	0.04	13. Universidad de Valladolid	@UVa_es	0.02
4. Universidad Internacional de Andalucía	@UNIAuniversidad	0.04	14. Universitat Politècnica de Catalunya	@la_UPC	0.02
5. Universitat Pompeu Fabra	@UPFBarcelona	0.03	15. Universidad del País Vasco	@upvehu	0.02
6. Universidad de Zaragoza	@unizar	0.03	16. Universitat Rovira i Virgili	@universitatURV	0.02
7. Universidad de Oviedo	@uniovi_info	0.03	17. Universidad Extremadura	@infouex	0.02
8. Universidad de Cantabria	@unican	0.03	18. Universitat Jaume I	@UJluniversitat	0.02
9. Universidad Politécnica de Cartagena	@UPCToficial	0.03	19. Universidad de Granada	@CanalUGR	0.01
10. Universitat de Valencia	@UV_EG	0.02	20. Universidad de Alicante UA	@UA_Universidad	0.01

Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Gráfico 9.9. Posicionamiento de las universidades según seguidores y likes en X



Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Scatter plot showing Engagement (Y-axis, 0 to 0.14) versus Seguidores (X-axis, 0 to 160,000). The plot includes a horizontal line at Engagement ≈ 0.013 and a vertical line at Seguidores ≈ 55,000. Data points represent various Spanish universities, with labels indicating their Twitter handles. The plot is divided into four quadrants by these lines.

University (Twitter Handle)	Seguidores (Approx.)	Engagement (Approx.)
@UdL_info	10,000	0.11
@Univcordoba	55,000	0.12
@UNIAuniversidad	15,000	0.04
@UPCToficial	10,000	0.03
@univovi_info	20,000	0.03
@pablodeolavide	40,000	0.04
@UPFBBarcelona	50,000	0.035
@UABBarcelona	65,000	0.035
@UVa_es	50,000	0.03
@unican	15,000	0.025
@unizar	35,000	0.025
@UPV	75,000	0.02
@UV_EG	90,000	0.02
@univov	10,000	0.02
@UJUniversitat	10,000	0.015
@infouex	30,000	0.02
@upvehu	45,000	0.02
@uc3m	50,000	0.02
@UAM_Madrid	75,000	0.015
@usal	85,000	0.01
@UAHes	60,000	0.01
@UniBarcelona	80,000	0.01
@UA_Universidad	110,000	0.015
@unisevilla	130,000	0.02
@UMU	115,000	0.01
@UNED	125,000	0.01
@InfoUMA	135,000	0.01
@Canalugr	150,000	0.015
@unicomplutense	110,000	0.04

Gráfico 9.11. *Visión general de la situación de la UGR en X*

Universidad Granada

144.89K -0.25% Seguidores	1187 -53.18% Ganados	1548 -36.48% Perdidos	535 +36.13% Posts
--	-----------------------------------	------------------------------------	--------------------------------

Últimos 12 meses

The chart displays a red line graph showing a downward trend from approximately 145,200 to 144,800, and a grey bar chart showing fluctuations between 144,800 and 145,100. A secondary line graph at the bottom shows high-frequency fluctuations between 0 and 30.

292

Presencia de la UGR en Facebook

La red social Facebook ofrece a las universidades una plataforma clave para aumentar su visibilidad y fortalecer la comunicación directa con sus públicos objetivo, además de permitir construir redes con alumni. A pesar de que ha perdido fuerza entre los públicos más jóvenes, sigue siendo un canal muy valioso para llegar a otros públicos más seniors como profesorado, PTGAS y a la sociedad en general.

Para examinar la presencia de la UGR en esta red social en comparación al resto de universidades españolas vamos a centrar la atención en dos criterios clave en esta red social:

- Alcance. Número de seguidores que tiene cada universidad en la red social. Cuantos más seguidores, mayor la audiencia que verá las publicaciones que haga la universidad.
- Engagement. Mide cómo de activamente interactúan los usuarios con el contenido que la universidad publica en Facebook. Cuanto más relevante y atractivo es el contenido, mayor suele ser la tasa de *engagement*. Las interacciones más comunes en esta red social incluyen “Me gusta”, “Comentarios”, “Compartidos”, “Clicks en enlaces o en la publicación”, “Visualizaciones de video (en caso de videos)”, “Clicks en fotos, *hashtags*, perfiles, etc.”

La Universidad de Granada también se posiciona de manera destacada a nivel nacional en cuanto a su presencia en Facebook, ocupando el quinto lugar entre las universidades españolas con mayor número de seguidores, con más de 115.000 (véase tabla 9.6 y gráfico 9.12). Este liderazgo que se viene manteniendo desde hace décadas refleja una estrategia de comunicación eficaz que permite a la Universidad alcanzar a una amplia audiencia. No obstante, hay otras universidades con un tamaño similar a la UGR que tienen un mayor alcance en esta red social, destacando en los cuatro primeros puestos la Universitat de Barcelona, la UNED, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Salamanca (tabla 9.6).

La tabla 9.7 muestra la posición de las 20 primeras universidades españolas teniendo en cuenta la ratio de *engagement* en Facebook, y tomando como referencia para su cálculo el periodo de enero a abril de 2025. En este top 20 no se sitúa la UGR que tiene una tasa de *engagement* de 0,03, algo más baja de las primeras universidades españolas en este criterio. Este resultado puede explicarse, en parte, por el propio perfil de la cuenta institucional de la UGR en Facebook, que, al contar con un volumen elevado de seguidores, tiende a presentar ratios de *engagement* más moderados, fenómeno habitual en cuentas con grandes audiencias.

Si posicionamos las universidades en función a su alcance (seguidores) e interacciones (*engagement*) en esta red social, podemos concluir que la UNED y la Universidad de Alicante se sitúan en una muy buena posición en el primer cuadrante, con valores por encima de la media del sistema tanto en seguidores como en *engagement*. En este contexto, la UGR se sitúa en una posición intermedia-alta en cuanto al número de seguidores, pero con una tasa de *engagement* moderada-baja (0,03).

A modo de resumen, el gráfico 9.13 muestra como en los últimos 12 meses, la página de Facebook de la UGR ha experimentado un crecimiento sostenido de su comunidad, alcanzando los 116.600 seguidores, lo que representa un incremento del 0,92%. Este aumento se acompaña de una significativa actividad en la publicación de contenidos, con un 47,12% más de publicaciones respecto al periodo anterior. Además, se observa un crecimiento del 74,6% en los “Me gusta”.

Tabla 9.6. Top 20 universidades con mayor Alcance en Facebook

Universidad	Nº seguidores	Universidad	Nº seguidores
1. Universitat de Barcelona	221.945	11. Universitat de Valencia - UV	75.825
2. UNED	186.052	12. Universidad de Alicante	68.731
3. Universidad Complutense de Madrid	176.019	13. Universidad Carlos III de Madrid	60.103
4. Universidad de Salamanca	146.877	14. Universidad de Murcia	57.415
5. Universidad de Granada	115.564	15. Universidad de Málaga	47.693
6. Universidad de Sevilla	111.963	16. Universitat Pompeu Fabra	47.427
7. Universidad Autónoma de Madrid	105.350	17. Universidad Rey Juan Carlos I	47.222
8. Universidad de Alcalá	85.054	18. Universidad de La Laguna	45.213
9. Universitat Autònoma de Barcelona	78.227	19. Universidad Politécnica de Madrid	44.672
10. Universitat Politècnica de Valencia	76.102	20. Universidad de Jaén	42.295

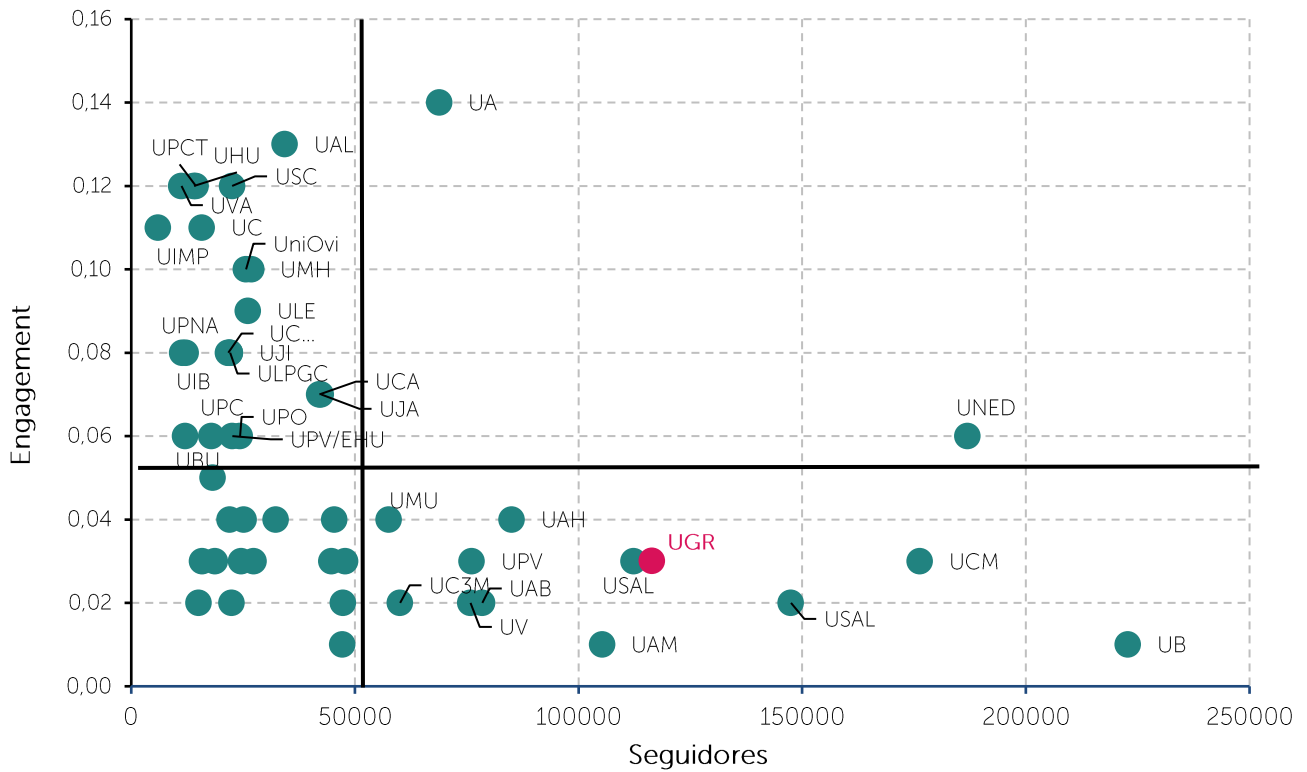
Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Tabla 9.7. Top 20 universidades con mayor Engagement en Facebook

Universidad	Nº seguidores	Universidad	Nº seguidores
1. Universidad de Alicante	0,14	11. Universidad de León	0,09
2. Universidad de Almería	0,13	12. Universitat Jaume I	0,08
3. Universidade de Santiago de Compostela	0,12	13. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	0,08
4. Universidad Politécnica de Cartagena	0,12	14. Universidad de Castilla-La Mancha	0,08
5. Universidad de Huelva	0,12	15. Universitat de les Illes Balears	0,08
6. Universidad de Valladolid	0,12	16. Universidad Pública de Navarra	0,08
7. Universidad de Cantabria	0,11	17. Universidad de Jaén	0,07
8. Universidad Internacional Menéndez Pelayo	0,11	18. Universidad de Cádiz	0,07
9. Universidad Miguel Hernández	0,10	19. UNED	0,06
10. Universidad de Oviedo	0,10	20. Universidad Pablo de Olavide	0,06

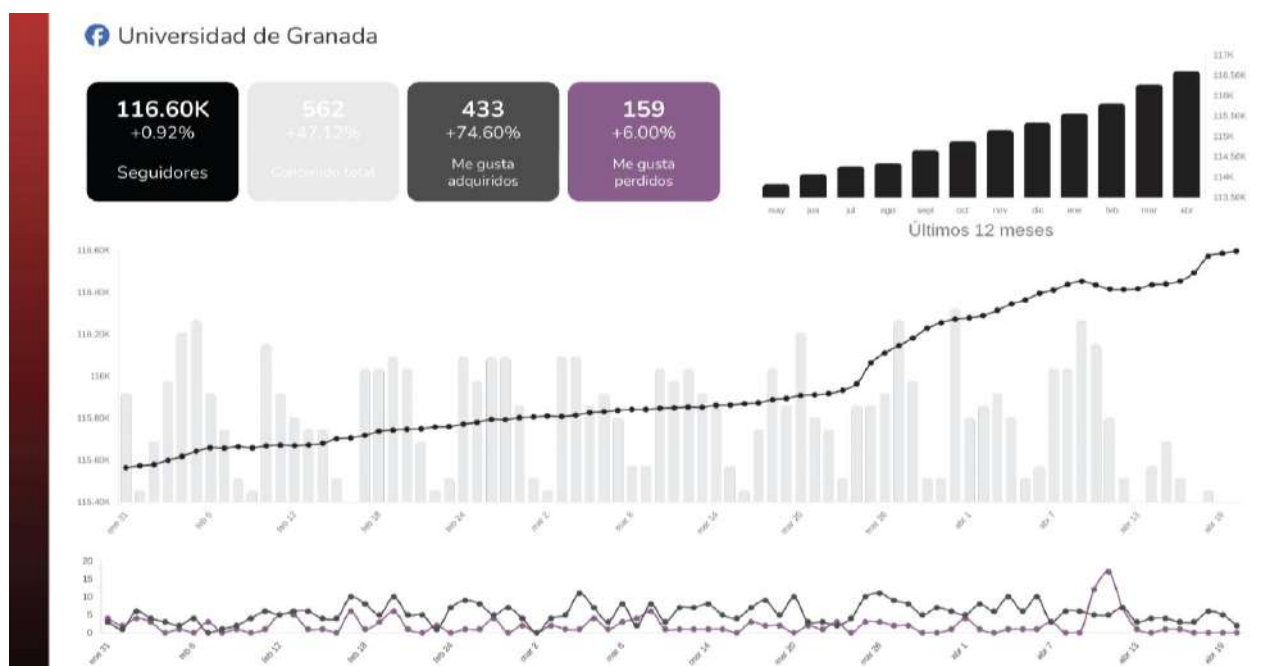
Fuente: elaboración propia. Datos enero a abril 2025

Gráfico 9.12. Posicionamiento de las universidades según seguidores y engagement en Facebook



Fuente: elaboración propia. Datos abril de 2025

Gráfico 9.13. *Visión general de la situación de la UGR en Facebook*



Fuente: elaboración propia. Datos abril de 2025

Presencia de la UGR en Instagram

En la actualidad, la presencia de las instituciones de educación superior en **Instagram** ha despertado el interés de las universidades, dado el enorme alcance y popularidad de esta red social, especialmente entre los públicos más jóvenes. Instagram es una de las plataformas con mayor nivel de uso en la sociedad, y permite a las universidades conectar de manera directa y más visual con estudiantes actuales y potenciales, así como con la comunidad universitaria en general. Su formato ágil y atractivo facilita la difusión de contenidos que refuerzan la identidad, los valores y la vida universitaria, contribuyendo así a mejorar la visibilidad, la reputación y el *engagement* de la institución entre sus diferentes públicos objetivos.

Al igual que hemos hecho anteriormente ahora se analiza el posicionamiento de la UGR en esta red social en comparación al resto de universidades del SUPE, de acuerdo a su alcance (número de seguidores), aceptación de contenido (*likes*) y grado de interacción (*engagement*).

La UGR se sitúa en el puesto octavo por número de seguidores a muy poca distancia del Top5 (véase tabla 9.8). Las tres universidades que tienen una presencia más alta en esta red social son la Universidad Complutense de Madrid con más de 96.000 seguidores y las universidades de Salamanca y Barcelona con algo más de 80.000.

En seguidores, la UGR se sitúa en la octava posición del sistema universitario por número de *likes* recibidos con un promedio de 471,36 *likes* por publicación. Se consolida así entre las universidades españolas con mayor capacidad de generar interacción y respuesta en Instagram. Este resultado evidencia una estrategia de contenidos efectiva y una comunidad activa, especialmente relevante en un canal donde predominan los públicos más jóvenes, clave para la proyección de la imagen institucional y la captación de futuros estudiantes (véase tabla 9.9). Se observa también que la Universidad de Alicante encabeza el ranking con un promedio de 1.000 *likes*, seguida por la Universidad de Salamanca y la Universidad de Sevilla, ambas con cifras superiores a los 650 *likes*.

La tabla 9.10 muestra el Top 20 de universidades españolas con mayor ratio de *engagement* en Instagram, medido a partir del número medio de interacciones en relación con el tamaño de su audiencia. Destacan en los primeros puestos la Universidad Miguel Hernández, la Universidad de Alicante y la Universidad Politécnica de Cartagena, que superan ratios de 1,9 a 2,6, reflejando una comunidad altamente participativa. El ranking evidencia cómo universidades de tamaño medio o pequeño, con estrategias de comunicación bien enfocadas en esta red social, logran niveles de *engagement* superiores a los de grandes instituciones.

Cabe señalar que aunque la UGR no figura en este Top 20, se sitúa en el puesto 25 a nivel nacional. Esta posición, aunque por debajo de otras universidades es coherente con el perfil de una universidad de gran tamaño y amplia base de seguidores, donde es habitual que la ratio de *engagement* sea más moderada.

Los gráficos 9.14 y 9.15 muestran el posicionamiento comparativo de la UGR en relación con el resto de universidades españolas en Instagram de acuerdo con el número de seguidores, *likes* y *engagement*. En términos de seguidores/*likes* son varias universidades las que se encuentran en el cuadrante superior derecho por encima de la media. Destacan especialmente las universidades Pompeu Fabra, Autónoma de Barcelona, Salamanca, Sevilla y la UGR. Si el análisis se hace en función al número de seguidores y al *engagement* de nuevo la UGR aparece en el primer cuadrante junto a otras universidades como Alicante, Politécnica de Valencia, Valencia, Barcelona y Pompeu Fabra.

Estos resultados reflejan que la UGR ha consolidado una audiencia amplia en esta red social, pero su capacidad de generar interacciones proporcionales a ese volumen aún tiene margen de mejora en comparación con universidades que, con menos seguidores, alcanzan ratios de participación superiores.

Como resumen, el gráfico 9.16 muestra el crecimiento de la comunidad de la cuenta de Instagram de la UGR durante los últimos meses, concretamente un 4,45% en el último período analizado (enero-abril 2025). El balance neto de seguidores es positivo, con 2064 nuevos seguidores. Además, se observa un incremento significativo del 48,97% en la producción de contenido. La curva de crecimiento de seguidores es ascendente y constante a lo largo del año, con un mayor ritmo de aumento en los primeros meses y una estabilización progresiva hacia el final del período.

Tabla 9.8. Top 20 universidades con mayor Alcance en seguidores en Instagram

Universidad	usuario	Nº seguidores	Universidad	usuario	Nº seguidores
1. Universidad Complutense	@uni.complutense	96.215	11. Universitat de Valencia	@universitatvalencia	43.162
2. Universidad de Salamanca	@usal	80.609	12. UNED	@uneduniv	38.396
3. Universitat de Barcelona	@UniBarcelona	80.167	13. Universitat Pompeu Fabra	@upfbarcelona	37.302
4. Universidad de Sevilla	@unisevilla	70.170	14. Universidad Carlos III de Madrid	@universidadcarlosiiid emadrid	31.850
5. Universidad Autónoma de Barcelona	@uabbarcelona	52.646	15. Universidad de Murcia	@umu	29.056
6. Universidad de Málaga	@infouma	48.595	16. Universidad de Alcalá	@uahes	28.601
7. Universidad Autónoma de Madrid	@uammadrid	48.525	17. Universidad Rey Juan Carlos I	@urjc_uni	28.596
8. Universidad de Granada	@canalugr	48.435	18. Universidad Castilla-La Mancha	@uclm_es	28.241
9. Universidad Politécnica de Valencia	@instaupv	45.017	19. Universitat Politècnica de Catalunya	@la_upc	25.128
10. Universidad de Alicante	@ua_universidad	44.930	20. Universidad de Jaén	@universidadjaen	22.894

Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Tabla 9.9. Top 20 universidades con mayor número de likes en Instagram

Universidad	usuario	Nº likes	Universidad	usuario	Nº likes
1. Universidad de Alicante	@ua_universidad	1000	11. Universitat de les Illes Balears	@uibuniversitat	360,4
2. Universidad de Salamanca	@usal	658,97	12. Universitat Rovira i Virgili	@universitatURV	337,19
3. Universidad de Sevilla	@unisevilla	658,01	13. Universitat de Barcelona	@UniBarcelona	337,06
4. Universidad Autónoma de Barcelona	@uabbarcelona	612,53	14. Universidad de Málaga	@infouma	327,1
5. Universidad Miguel Hernández	@universidadmh	542	15. Universidad de Almería	@unialmeria	322,16
6. Universidad Politécnica de Valencia	@instaupv	493,69	16. Universidad Carlos III de Madrid	@universidadcarlosiii demadrid	318,24
7. Universitat de Valencia	@universitatvalencia	488,43	17. Universidad de Valladolid	@universidaddevalladolid	273,15
8. Universidad de Granada	@canalugr	471,36	18. Universidad de Alcalá	@uahes	265,8
9. Universidad de La Laguna	@universidaddelalaguna	421,26	19. Universitat Jaume I	@ujiuniversitat	248,09
10. Universitat Pompeu Fabra	@upfbarcelona	415,63	20. Universidad Castilla-La Mancha	@uclm_es	242,57

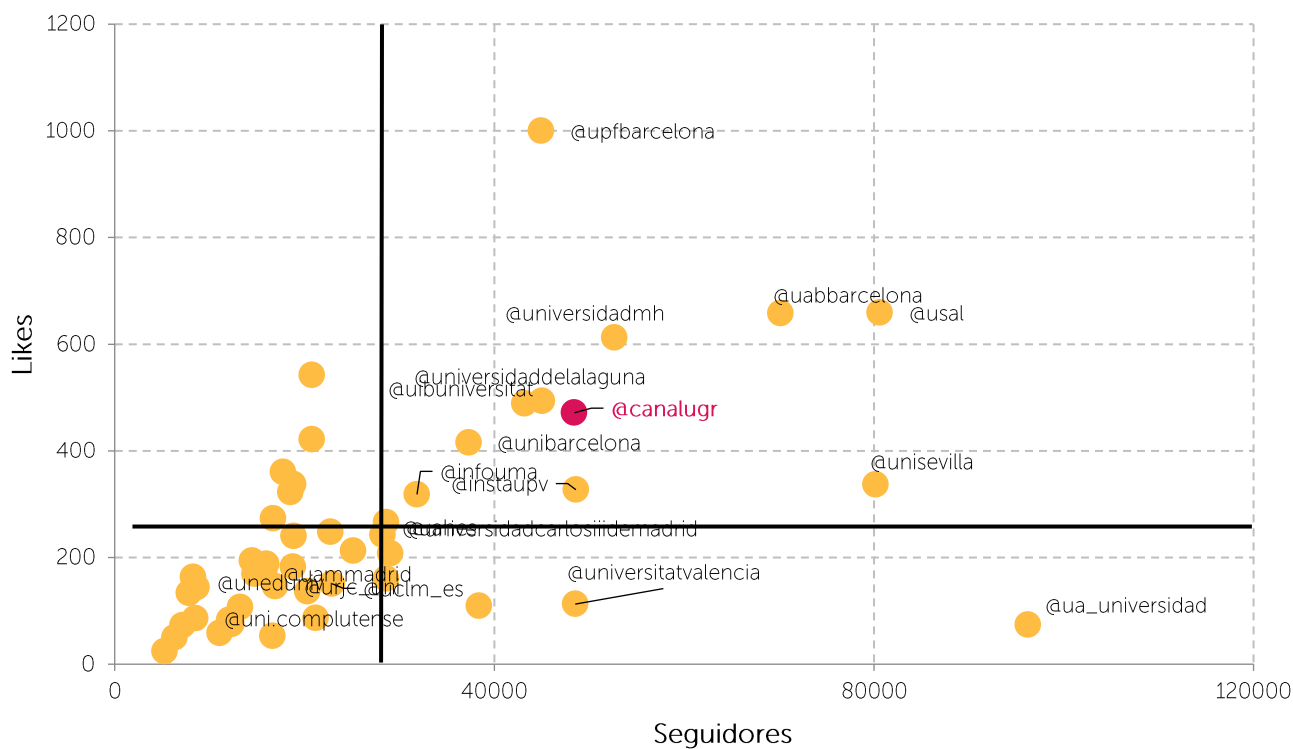
Fuente: elaboración propia. Datos promedio enero-abril 2025

Tabla 9.10. Top 20 universidades con mayor engagement en Instagram

Universidad	usuario	Nº likes	Universidad	usuario	Nº likes
1. Universidad Miguel Hernández	@universidadmh	2,64	11. Universidad Pública de Navarra	@upna,nup	1,48
2. Universidad de Alicante	@ua_universidad	2,24	12. Universitat Jaume I	@ujiuniversitat	1,39
3. Universidad Politécnica de Cartagena	@uptoficial	1,92	13. Universidad del País Vasco/EHU	@upvehu_gara	1,34
4. Universidad Politécnica de Valencia	@instaupv	1,84	14. Universidad Pablo de Olavide	@pablodeolavide	1,29
5. Universitat Rovira i Virgili	@universitatURV	1,79	15. Universidad de Santiago de Compostela	@universidade_usc	1,18
6. Universidad de Almería	@unialmeria	1,74	16. Universidad Autónoma de Barcelona	@uabbarcelona	1,17
7. Universidad de Girona	@univgirona	1,67	17. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	@ulpgc_para_ti	1,16
8. Universidad de Valladolid	@universidaddevalladolid	1,65	18. Universidad de Huelva	@unihuelva	1,16
9. Universitat de les Illes Balears	@uibuniversitat	1,59	19. Universidad de Zaragoza	@universidaddezaragoza	1,13
10. Universidad de La Laguna	@universidaddelalaguna	1,52	20. Universitat Pompeu Fabra - UPF	@upfbarcelona	1,13

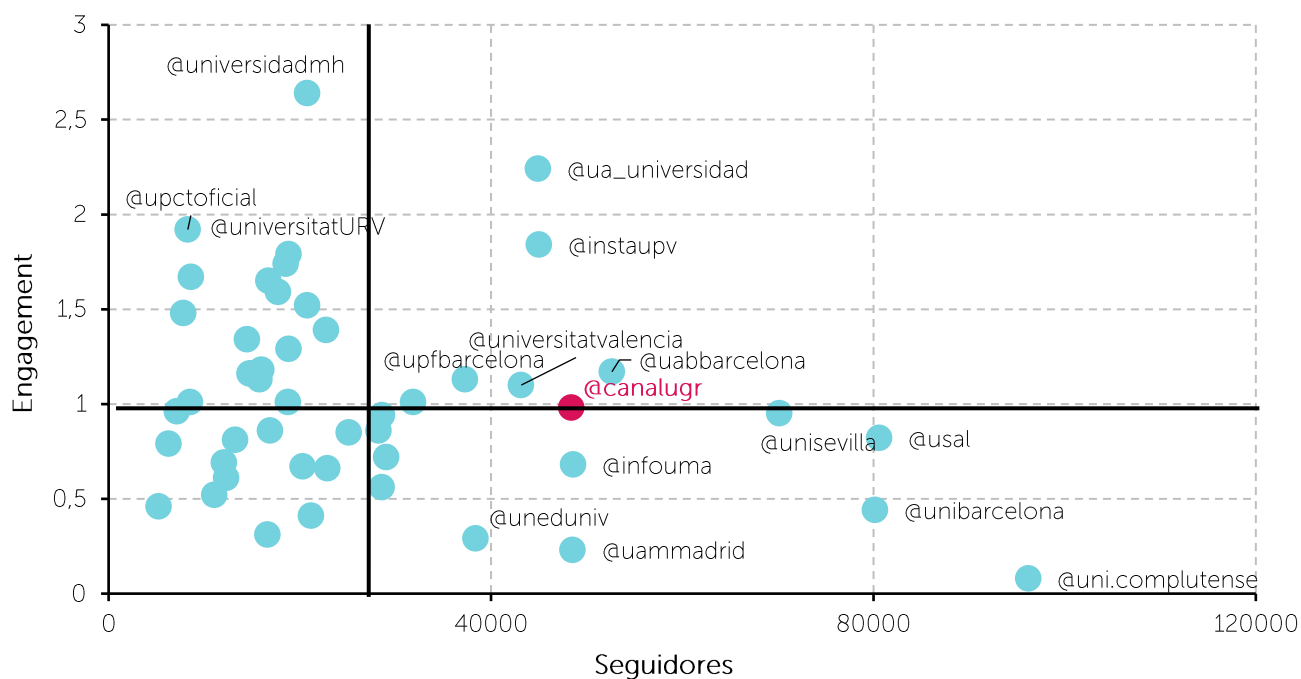
Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Gráfico 9.14. Posicionamiento de las universidades según seguidores y likes en Instagram.



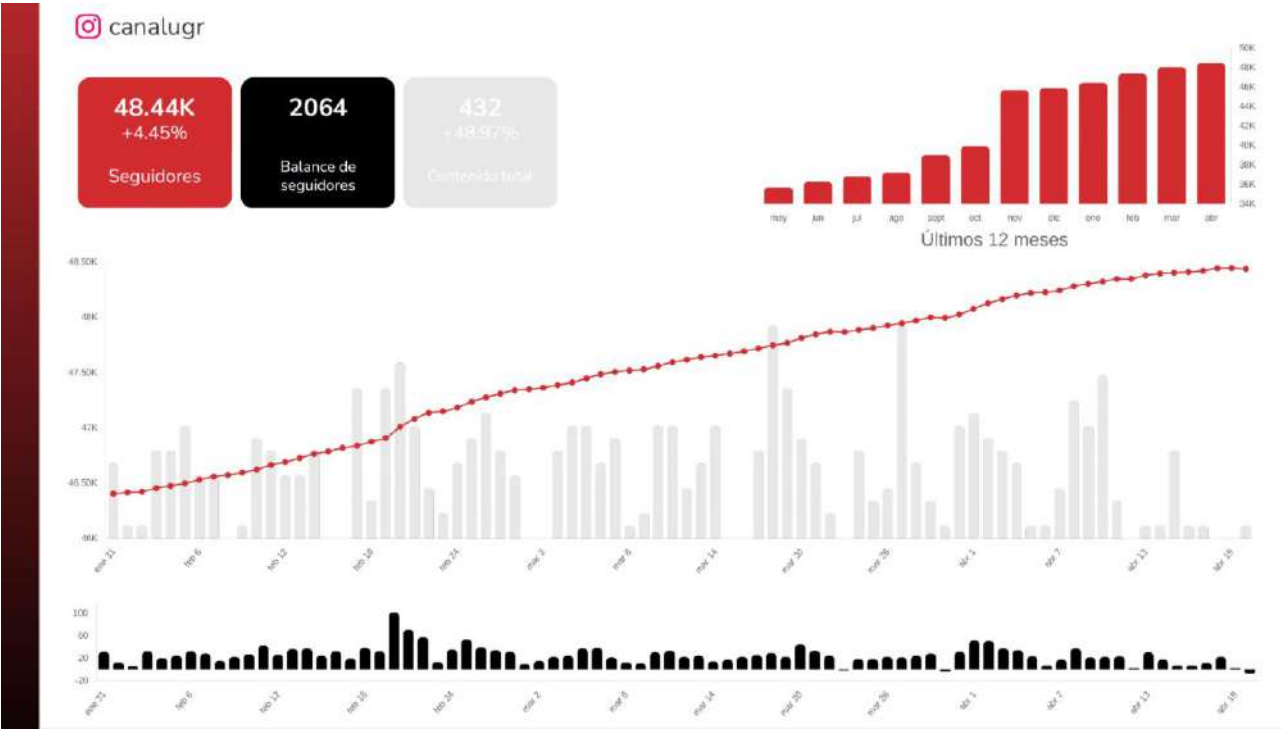
Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Gráfico 9.15. Posicionamiento de las universidades según seguidores y engagement en Instagram



Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Gráfico 9.16. Visión general de la situación de la UGR en Instagram



Fuente: elaboración propia. Datos abril de 2025

Presencia de la UGR en LinkedIn

En un contexto de transformación digital en el que estamos presentes, las instituciones de educación superior (IES) se enfrentan el reto de fortalecer su posicionamiento y relaciones con sus públicos objetivo a través de entornos virtuales. Entre las distintas redes sociales disponibles, LinkedIn ha adquirido una relevancia estratégica particular, al configurarse como la principal plataforma profesional a nivel mundial. Su papel como espacio de interacción entre universidades, estudiantes, Alumni, empleadores y socios institucionales la convierte en una herramienta interesante para hacer más visible la institución, fortalecer redes de colaboración con los Alumni y mejorar la empleabilidad del estudiantado. En este sentido, la presencia activa y coherente de las universidades en LinkedIn contribuye directamente a la construcción de su reputación institucional en un entorno cada vez más competitivo (Peruta & Shields, 2018; Joglekar y Tan, 2022).

La tabla 9.11 y el gráfico 9.17 muestran el ranking de las 20 universidades españolas con mayor número de seguidores en LinkedIn, con datos actualizados a abril de 2025. En ella se observa una clara concentración de las instituciones más seguidas en torno a universidades históricas, metropolitanas y con fuerte proyección internacional. En este contexto, la Universidad Complutense de Madrid (UCM) lidera el listado con 627.000 seguidores, seguida por la Universidad de Barcelona (UB) con 466.000 y la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) con 300.000. Este liderazgo se asocia a su elevado volumen de estudiantes y alumni, así como a una estrategia de visibilidad digital sostenida.

La Universidad de Granada (UGR) ocupa la séptima posición en el ámbito nacional, con 236.000 seguidores, situándose así dentro del grupo de universidades con mayor alcance en esta red profesional. Este dato refleja el impacto que la UGR ha logrado consolidar en esta plataforma, siendo un indicador de visibilidad e influencia.

En resumen, el perfil institucional de la UGR en LinkedIn ha alcanzado los 236.010 seguidores, lo que representa un crecimiento del 1,63% en los últimos 12 meses (véase gráfico 9.18). El incremento ha sido sostenido y constante a lo largo del periodo. Además, se han publicado 35 publicaciones, un 40% más que el año anterior.

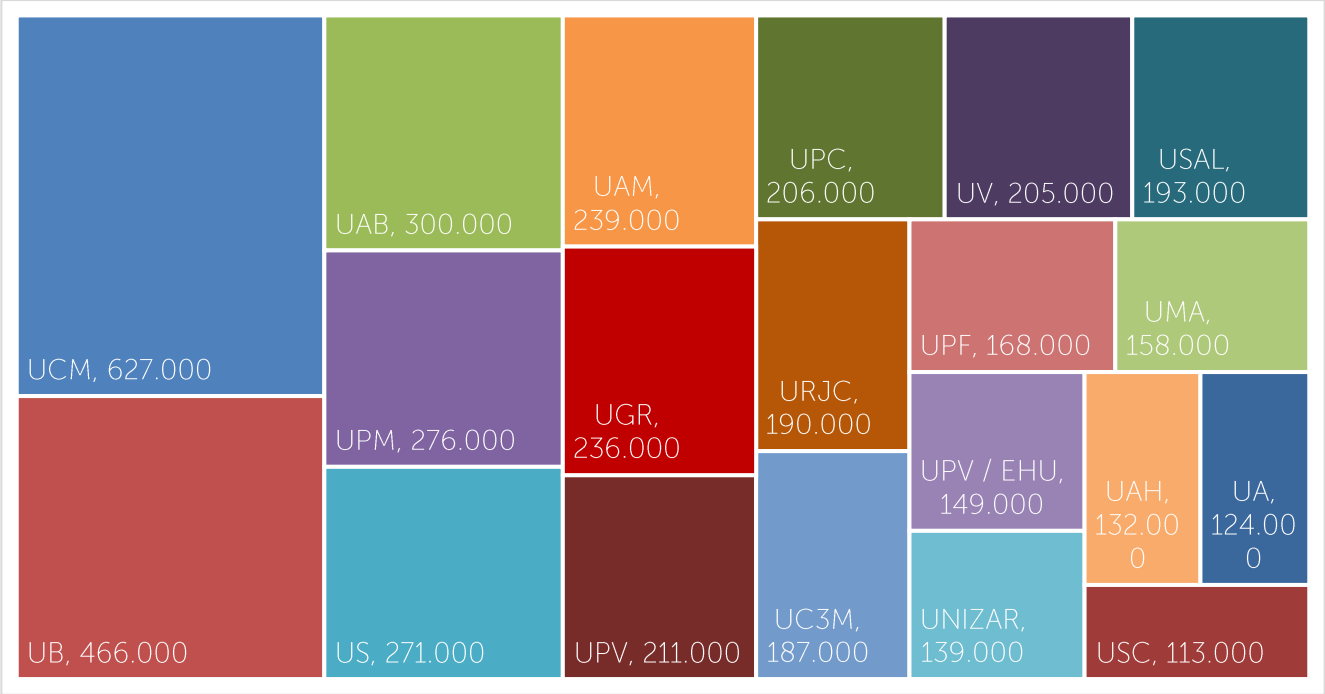
Por otro lado, la comunidad de la UGR en LinkedIn se reparte entre una amplia diversidad en sectores profesionales y funciones laborales de sus miembros (gráfico 9.19). Las principales industrias en las que se desempeñan están encabezadas por los servicios profesionales (18,38%), seguidos por la educación (14,87%) y la administración pública (7,34%), lo que indica una fuerte presencia en ámbitos de alta cualificación y servicio público. En cuanto a las funciones laborales, predominan los perfiles vinculados a la educación (11,27%), servicios sanitarios (5,74%) y operaciones (5,70%), lo que refleja tanto la vocación académica como la inserción en sectores estratégicos.

Tabla 9.11. Top 20 universidades con mayor número de seguidores en LinkedIn

Universidad	Nº seguidores	Universidad	Nº seguidores
1. Universidad Complutense de Madrid (UCM)	627.000	11. Universidad de Salamanca (USAL)	193.000
2. Universidad de Barcelona (UB)	466.000	12. Universidad Rey Juan Carlos (URJC)	190.000
3. Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)	300.000	13. Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)	187.000
4. Universidad Politécnica de Madrid (UPM)	276.000	14. Universidad Pompeu Fabra (UPF)	168.000
5. Universidad de Sevilla (US)	271.000	15. Universidad de Málaga (UMA)	158.000
6. Universidad Autónoma de Madrid (UAM)	239.000	16. Universidad del País Vasco (UPV / EHU)	149.000
7. Universidad de Granada (UGR)	236.000	17. Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	139.000
8. Universitat Politècnica de València (UPV)	211.000	18. Universidad de Alcalá (UAH)	132.000
9. Universidad Politécnica de Catalunya (UPC)	206.000	19. Universidad de Alicante (UA)	124.000
10. Universitat de València (Estudi General) (UV)	205.000	20. Universidad de Santiago de Compostela (USC)	113.000

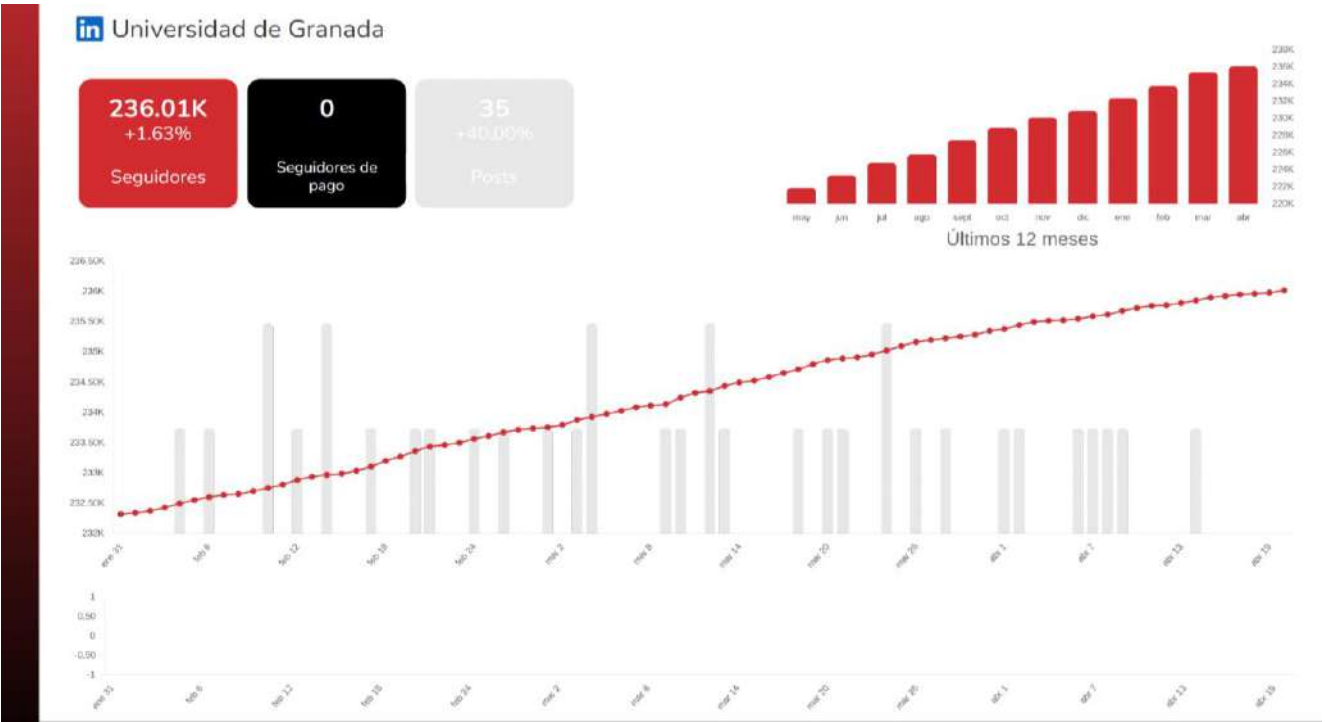
Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Gráfico 9.17. Top 20 universidades con mayor número de seguidores en LinkedIn



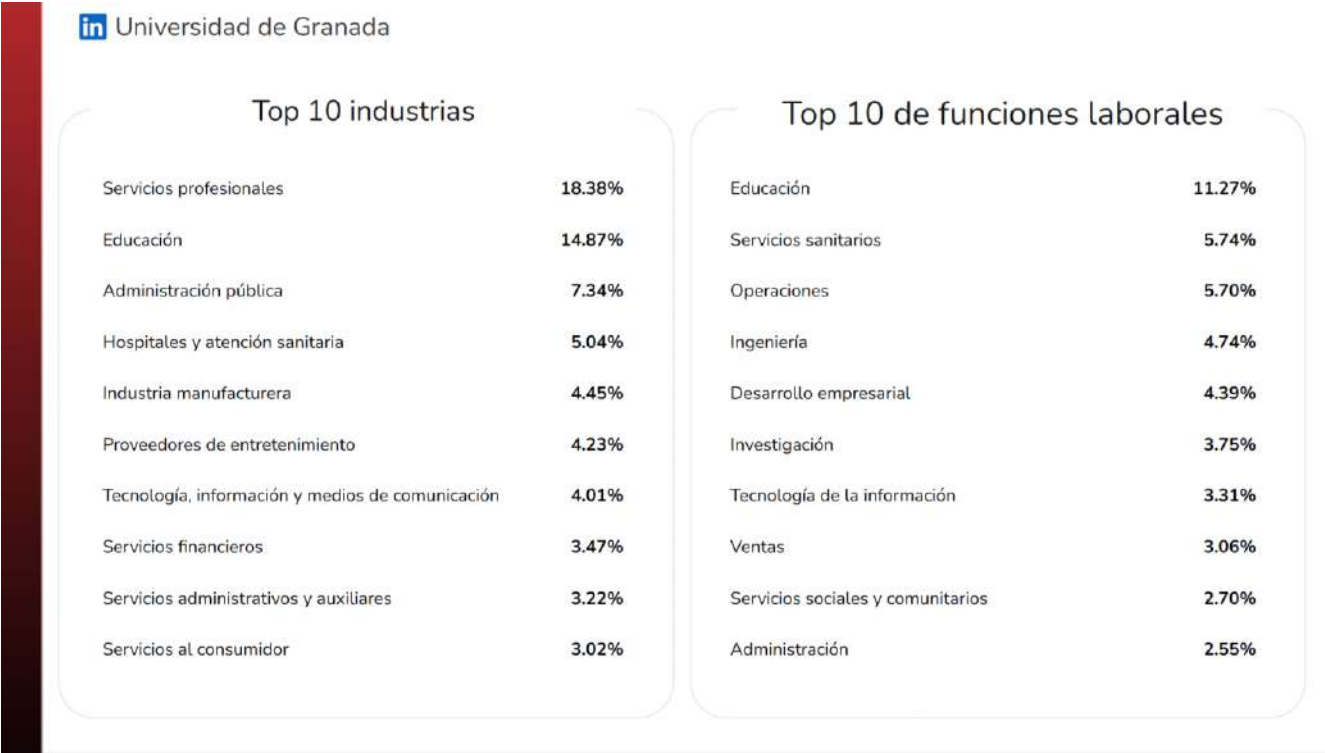
Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Gráfico 9.18. Visión general de la situación de la UGR en LinkedIn



Fuente: elaboración propia. Datos abril de 2025

Gráfico 9.19. Seguidores por industria y función laboral en LinkedIn



Fuente: elaboración propia. Datos abril de 2025



Presencia de la UGR en TikTok

Las instituciones universitarias se enfrentan al desafío de adaptación continua a nuevas herramientas de comunicación digital. TikTok, la plataforma de videos cortos que ha experimentado un crecimiento exponencial desde 2016, se ha consolidado hoy en día como una herramienta importante para las universidades. Con más de 1.400 millones de usuarios activos globalmente, TikTok representa una oportunidad para conectar con las generaciones más jóvenes (Generación Z y Alpha), que constituyen una de sus principales audiencias objetivo (Rodríguez y Martín, 2024). Esta red social facilita la creación de contenido multimedia interactivo que se alinee con las preferencias de información de las generaciones más jóvenes, caracterizadas por su preferencia hacia los micro-contenidos audiovisuales. El análisis realizado por Rodríguez y Martín (2024) sobre la adopción de esta red social por el sistema universitario español revela una adopción acelerada por parte de las instituciones de educación superior españolas en los últimos años.

La tabla 9.12 muestra el ranking de las 20 universidades españolas con mayor número de seguidores en TikTok, con datos actualizados a abril de 2025. La Universitat Politècnica de València lidera de forma destacada el ranking con 25.300 seguidores, seguida a distancia por la Universidad Miguel Hernández de Elche con 12.600. La UGR ocupa la octava posición nacional, con 2.809 seguidores en su cuenta oficial (@universidaddegranada), si bien es preciso mencionar que esta cuenta lleva activa poco más de un año. Este dato sitúa a la UGR entre las diez universidades más seguidas en TikTok, lo que muestra una apuesta por diversificar los canales de comunicación institucional y por conectar con nuevas generaciones utilizando códigos propios de los entornos digitales de los jóvenes universitarios.

El número de “likes” refleja directamente qué contenido conecta, emociona o entretiene a la audiencia objetivo. En este sentido, los datos de la tabla 9.13 muestran que algunas universidades han logrado generar un impacto muy significativo en esta red social. Así, la Universitat Politècnica de València (@upv) destaca de forma destacada con 2,3 millones de likes, marcando una diferencia muy significativa respecto al resto del sistema universitario. Este liderazgo no solo responde a una estrategia activa, sino también a una capacidad clara de adaptar los códigos comunicativos al lenguaje visual y dinámico de TikTok.

En segunda y tercera posición aparecen la Universidad de Sevilla (@unisevilla) y la Universidad de Barcelona (@UniBarcelona), con 318.900 y 232.300 likes, respectivamente. En este ecosistema, la UGR (@universidaddegranada) ocupa la posición 13 del ranking, con 38.800 likes acumulados, lo cual demuestra una excelente acogida por parte de la audiencia, considerando el breve tiempo de actividad de la cuenta.

El gráfico 9.20 muestra información complementaria la de la tabla anterior, al representar la relación entre el número de seguidores y la cantidad de likes acumulados en TikTok por las universidades españolas en el mes de abril de 2025. Destacan especialmente las universidades Politécnica de Valencia, Sevilla y Barcelona que no solo cuentan con comunidades amplias, sino que logran niveles de interacción muy por encima de la media del sistema, lo que evidencia estrategias de contenido eficaces y bien adaptadas al entorno de esta red social. La UGR se sitúa en una posición intermedia sólida, ligeramente por encima de la media del sistema universitario español en likes y muy próxima a la media en seguidores.

A modo de resumen, el perfil de la UGR ha experimentado un notable crecimiento en el último año, alcanzando los 2.804 seguidores, lo que representa un incremento del 63,40% (gráfico 9.21). Este crecimiento ha venido acompañado de un importante aumento en la actividad, con 56 publicaciones, el doble que el año anterior (+100%). La evolución de la comunidad muestra un fuerte impulso a partir de enero, con una tendencia de crecimiento sostenida, lo que evidencia una mayor capacidad de atracción y dinamismo en esta red social, especialmente orientada a públicos jóvenes y formatos audiovisuales.

Tabla 9.12. Top 20 universidades con mayor número de seguidores en TikTok

Universidad	usuario	Nº seguidores	Universidad	usuario	Nº seguidores
1. Universitat Politècnica de València	@upv	25.300	11. Universidad de La Laguna	@universidaddella laguna	2.485
2. Universidad Miguel Hernández de Elche	@universidadmh	12.600	12. Universidad Rovira i Virgili	@universitaturv	2.226
3. Universidad de Barcelona	@UniBarcelona	6.785	13. Universidad de Oviedo	@uniovi	2.200
4. Universidad de Sevilla	@unisevilla	6.207	14. Universidad de Castilla-La Mancha	@uclm_es	2.017
5. Universidad de Salamanca	@universidaddesalamanca	5.613	15. Universidad de Lleida	@universitatde lleida	1.888
6. Universidad Pública de Navarra	@universidaddenavarra	4.354	16. Universidad de Murcia	@universidad murcia	1.746
7. Universidad Pompeu Fabra	@upfbarcelona	3.664	17. Universidad Politécnica de Catalunya	@upc_uni	1.614
8. Universidad de Granada	@universidaddegranada	2.809	18. Universidad de Huelva	@unihuelva	1.458
9. Universidad Complutense de Madrid	@unicomplutense_oficial	2.652	19. Universidad Politécnica de Cartagena	@upct.universidad	1.451
10. Universidad de Málaga	@infouma	2.560	20. Universidad de Valladolid	@uva_es	1.435

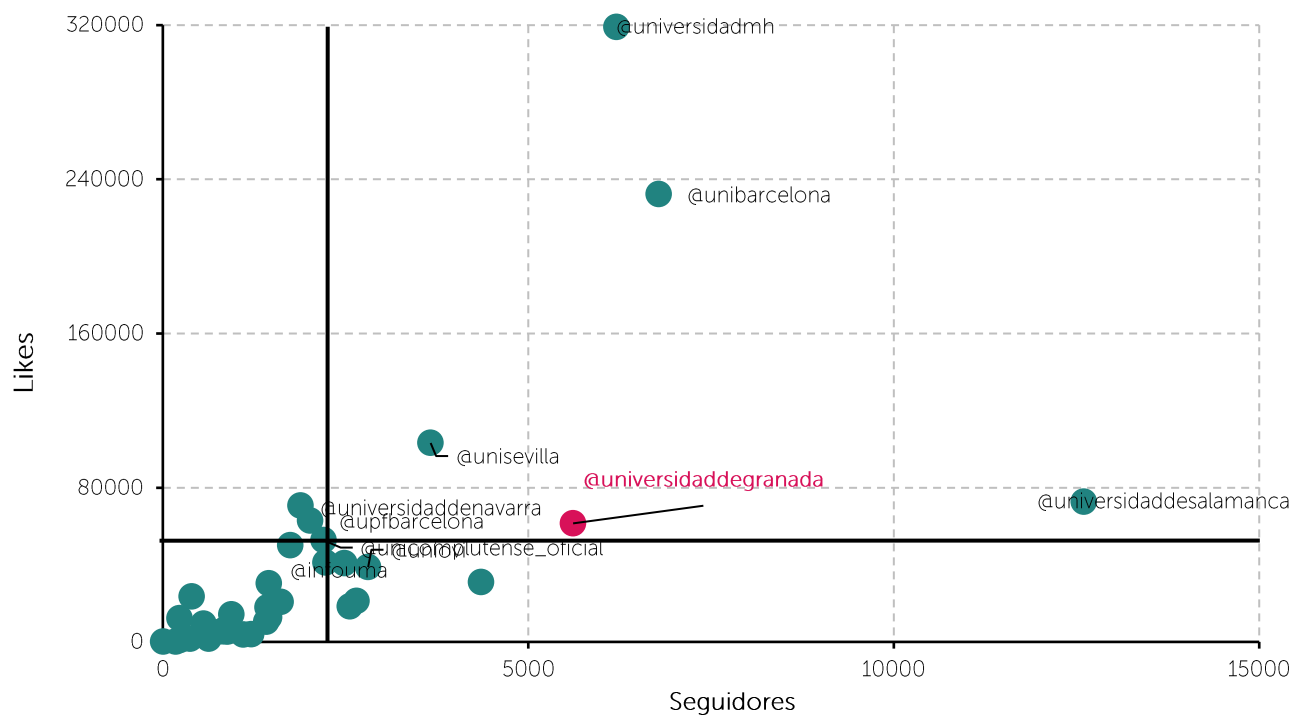
Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

Tabla 9.13. Top 20 universidades con mayor número de likes en TikTok

Universidad	usuario	Nº likes	Universidad	usuario	Nº likes
1. Universitat Politècnica de Valencia	@upv	2.300.000	11. Universidad Rovira i Virgili	@universitaturv	41.000
2. Universidad de Sevilla	@unisevilla	318.900	12. Universidad de La Laguna	@universidaddelalaguna	40.800
3. Universidad de Barcelona	@UniBarcelona	232.300	13. Universidad de Granada	@universidaddegranada	38.800
4. Universidad Pompeu Fabra	@upfbarcelona	103.200	14. Universidad Pública de Navarra	@universidaddenavarra	31.000
5. Universidad Miguel Hernández de Elche	@universidadmh	72.700	15. Universidad Politécnica de Cartagena	@upct.universidad	30.300
6. Universidad de Lleida	@universitatdelleida	70.700	16. Universidad de La Rioja	@unirioja	23.400
7. Universidad de Castilla-La Mancha	@uclm_es	62.800	17. Universidad Complutense de Madrid	@unicomplutense_oficial	21.100
8. Universidad de Salamanca	@universidaddesalamanca	61.500	18. Universidad Politécnica de Catalunya	@upc_uni	20.700
9. Universidad de Oviedo	@uniovi	52.700	19. Universidad de Málaga	@infouma	18.400
10. Universidad de Murcia	@universidadmurcia	50.100	20. Universidad de Valladolid	@uva_es	17.800

Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025

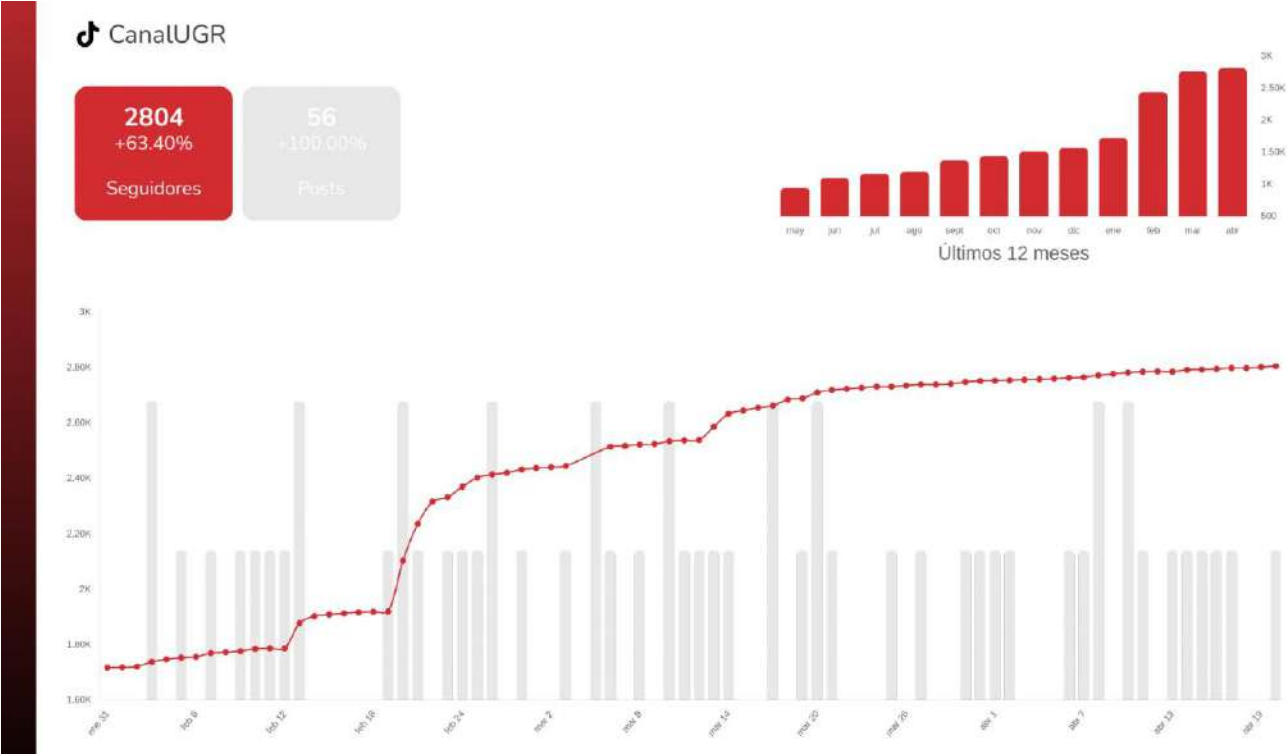
Gráfico 9.20. Posicionamiento de las universidades según seguidores y likes en TikTok



Fuente: elaboración propia. Datos abril 2025



Gráfico 9.21. Visión general de la situación de la UGR en TikTok



Fuente: elaboración propia. Datos abril de 2025





10

Participación de la
UGR en proyectos
estratégicos de su
entorno

La Universidad de Granada está inmersa en la actualidad en una serie de proyectos estratégicos de gran envergadura que marcarán su desarrollo en las próximas décadas. Estos proyectos, concebidos como motores de transformación, están recogidos en el Plan Estratégico UGR 2031, aprobado en 2022, y que representan el compromiso de la Universidad con una visión a largo plazo que apuesta por la excelencia académica, la transformación digital y la innovación, la sostenibilidad, el desarrollo cultural y del territorio y la proyección internacional.

Entre estos proyectos destacan UGR-DONES, que sitúa a la UGR en el centro del desarrollo científico y tecnológico vinculado a las grandes infraestructuras de investigación; UGR-AI, orientado a consolidar un ecosistema universitario líder en inteligencia artificial y transformación digital; UGR-Sostenibilidad, que articula las acciones institucionales en torno a la transición ecológica y los Objetivos de Desarrollo Sostenible; la celebración del V Centenario de la Universidad de Granada que representa una oportunidad única para proyectar nuestro legado hacia el futuro y que tendrá lugar en el año 2031, año al que Granada opta a la Capitalidad Europea de la Cultura otro proyecto en el que está implicada la UGR; y la Alianza Europea Arqus que busca transformar de forma profunda y sostenible el sistema universitario europeo mediante una cooperación avanzada, estructuras compartidas e innovación académica.

Con estos proyectos, la Universidad de Granada no solo avanza en su propia transformación institucional, sino que refuerza su papel como actor clave en el desarrollo científico, económico y social de su entorno local, regional, nacional e internacional.

10.1. Proyecto UGR-DONES

La Universidad de Granada se encuentra inmersa en uno de los proyectos científicos y tecnológicos más ambiciosos y transformadores: UGR-DONES, una iniciativa que forma parte integral del gran proyecto internacional IFMIF-DONES (International Fusion Materials Irradiation Facility – DEMO Oriented Neutron Source), considerado actualmente el mayor proyecto científico en marcha en España y una de las infraestructuras europeas de investigación más relevantes del siglo XXI.

El IFMIF-DONES es una infraestructura clave para el futuro de la energía de fusión, que permitirá validar los materiales necesarios para la construcción segura de los reactores de potencia de fusión. Para lograrlo, se está construyendo en Escúzar (Granada) un acelerador de partículas que generará neutrones con características similares a los que se producirán en un reactor de fusión, con el fin de someter a los materiales a condiciones extremas y recopilar datos fundamentales para su evaluación. Esta instalación, impulsada por España y respaldada por instituciones y socios internacionales, cuenta con una inversión total superior a los 700 millones de euros, con la participación de la Junta de Andalucía, el Gobierno de España y fondos europeos.

La UGR en coordinación con el CIEMAT (Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Tecnológicas) ha asumido un papel protagonista con la creación de UGR-DONES, un ecosistema de innovación científica, tecnológica y formativa que se articula como espacio complementario, pero estratégico, del propio acelerador. Su propósito es doble: por un lado, proporcionar soporte científico y técnico al desarrollo del acelerador, y por otro, fomentar la investigación interdisciplinar de excelencia en áreas como la energía, los nuevos materiales, la salud o el medioambiente, vinculando directamente la generación de conocimiento con las necesidades sociales y los desafíos globales.

Este compromiso se materializó en enero de 2023 con el inicio de las obras del edificio de investigación UGR-DONES, ubicado en una parcela de 4.500 m² en el Parque Metropolitano Industrial y



instalaciones trabajan actualmente alrededor de 60 personas, en su mayoría vinculadas al proyecto IFMIF-DONES, y se han instalado los primeros prototipos experimentales tanto de la UGR como del CIEMAT. Además, se está ultimando la puesta en marcha de un moderno laboratorio de Mecatrónica, que se sumará a las áreas de I+D dedicadas al estudio de metales líquidos, análisis de accidentes en aceleradores de partículas y caracterización de sensores de radiación.

La infraestructura cuenta con varios espacios especializados: uno para grandes prototipos y laboratorios, otro para talleres de apoyo, un módulo versátil con oficinas y salas de reuniones, y otro espacio destinado exclusivamente a gestión, control y coordinación. Esta configuración modular permite acoger una amplia variedad de proyectos y facilitar la colaboración entre grupos de investigación procedentes de diferentes disciplinas: física, química, ciencia de materiales, ingeniería, informática, etc.

La puesta en marcha de UGR-DONES constituye una apuesta estratégica de la Universidad de Granada por situarse en la vanguardia de la investigación europea, alineada con los grandes objetivos del Plan Estratégico UGR 2031. Asimismo, supone una oportunidad única para atraer talento científico, consolidar relaciones internacionales, impulsar la transferencia de conocimiento y fortalecer el tejido empresarial de Granada y Andalucía.

Los resultados científicos de este proyecto ya comienzan a dar sus primeros frutos en forma de tesis doctorales en colaboración con el CIEMAT. Asimismo, la dimensión internacional del proyecto también se ha hecho visible a través de misiones estratégicas de colaboración de investigadores de UGR-DONES a la European Spallation Source (ESS) en Lund (Suecia) en junio de 2025, uno de los centros científicos más avanzados del mundo en investigación con neutrones. Esta visita permitió el intercambio de experiencias técnicas y regulatorias que serán aplicadas directamente en el desarrollo del acelerador de Escúzar.

Además, como consecuencia de este proyecto, Granada ha comenzado a consolidarse como centro neurálgico del debate internacional sobre energía de fusión lo que ha permitido atraer congresos y jornadas como la Reunión Técnica sobre Seguridad en el Diseño y Evaluación de Instalaciones de Fusión, organizada por el Gobierno de España a través de IFMIF-DONES, en colaboración con el Consejo de Seguridad Nuclear (CSN), el CIEMAT y el Organismo Internacional de Energía Atómica (OIEA) en junio de 2025. Este encuentro reunió a expertos de países como Canadá, China, Alemania, Reino Unido o Egipto, y de organismos internacionales como la Comisión Europea, Fusion for Energy e ITER. Las conclusiones del evento se integrarán en futuras publicaciones técnicas del OIEA y reafirman el liderazgo de IFMIF-DONES y de la UGR en la configuración de los marcos regulatorios para la energía de fusión.

También debe tenerse presente que los estudios de impacto realizados por la UGR estiman que el desarrollo del proyecto IFMIF-DONES generará en Andalucía un aumento acumulado de más de 4.000 millones de euros en producción de bienes y servicios, más de 1.000 empleos anuales, y un incremento del Valor Añadido Bruto de 1.800 millones de euros a lo largo de todas las fases del proyecto.

En definitiva, UGR-DONES no solo refuerza el liderazgo científico de la Universidad de Granada, sino que la posiciona como actor clave en la transición hacia energías limpias, en la frontera del conocimiento tecnológico y en la construcción de un futuro más sostenible, competitivo e innovador para la sociedad.

10.2. Proyecto UGR - Inteligencia Artificial

La Universidad de Granada ha emprendido en los últimos años una ambiciosa transformación institucional para consolidarse como uno de los grandes referentes nacionales y europeos en Inteligencia Artificial. Esta estrategia parte de una visión clara: hacer de la IA no solo un ámbito de especialización científica, sino también un motor de desarrollo tecnológico, económico y social para Granada y el resto de los territorios en los que está presente. Además, esta estrategia está avalada por el potencial de generación de conocimiento de la UGR en el ámbito de las tecnologías y la IA, siendo la universidad con mayor número de investigadores altamente citados en IA de toda España, y la más destacada en el ranking WURI de universidades en tecnologías emergentes, ocupando el puesto 14º a nivel mundial, o el puesto 52 del mundo en IA y la 102 en Ciencias de la Computación según el Ranking Best Global Universities 2025 y como se ha puesto de manifiesto en el análisis por especialidades realizado en un capítulo anterior.

Este proyecto, recogido en su Plan Estratégico UGR 2031 como uno de los grandes proyectos transformadores de la institución para la próxima década, tiene una naturaleza transversal. Abarca desde la puesta en marcha de centros de excelencia, fundaciones y cátedras, pasando por colaboraciones con grandes empresas tecnológicas, programas de investigación aplicada, desarrollo de infraestructuras de vanguardia desde, o la creación de nuevas titulaciones de grado y máster en el ámbito de la IA.

Uno de los pilares del proyecto es la formación. La UGR, dentro de la nueva programación universitaria de la Junta de Andalucía para el periodo 2025-2028 ha diseñado un nuevo Grado en Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial a impartir en los campus de Granada y Melilla, así como un Máster en IA aplicada al ámbito de la salud. Esta titulación responde a la demanda creciente de perfiles especializados y al compromiso de la universidad con la actualización de su oferta académica en función de los retos tecnológicos del presente. Además del nuevo grado y máster, se están impulsando programas de doctorado y de formación continua en áreas clave como el aprendizaje automático, la computación de altas prestaciones o la ética de la IA. La universidad también trabaja para fomentar la participación de mujeres en disciplinas STEM, en colaboración con sus socios tecnológicos.

La UGR lidera múltiples proyectos de investigación en IA con impacto real en campos como la salud, la energía o el marketing digital. Entre ellos, destacan especialmente las cátedras impulsadas junto a empresas de referencia. Un ejemplo de ello es la Cátedra universidad-empresa de Inteligencia Artificial en colaboración con Repsol. Creada en 2024 con una valoración de 1,6 millones de euros se centra en la importancia de la dimensión ética de la IA y su impacto en la privacidad, derechos fundamentales y seguridad. Otro ejemplo es la Cátedra Amazon en Computación e Inteligencia Artificial, presentada en mayo de 2025, que establece un marco para el desarrollo de tesis industriales, programas formativos, prácticas profesionales y proyectos colaborativos con la empresa tecnológica. Este acuerdo refuerza la proyección internacional de la UGR y su capacidad para atraer talento. También, la Cátedra Endesa en IA aplicada a redes eléctricas, firmada en abril de 2025, la primera de este tipo en España. Su objetivo es investigar en la mejora de redes inteligentes, integración de energías renovables y optimización del consumo mediante algoritmos avanzados. En el ámbito de la salud, el proyecto BioDM2, desarrollado por la Cátedra ReceDxT, trabaja en la aplicación de inteligencia artificial al diagnóstico precoz de la diabetes tipo 2, con una inversión superior al millón de euros.

Una de las iniciativas más destacadas dentro de este proyecto es la creación del AI Lab Granada, un centro de excelencia en inteligencia artificial desarrollado por la UGR en colaboración con Minsait (Indra) y Google Cloud. Ubicado en el Parque Tecnológico de la Salud, alberga a más de 100 doctores e investigadores, además de startups tecnológicas que trabajan en aplicaciones de IA para salud, sostenibilidad, economía digital y otros sectores estratégicos.

Un hito clave en el fortalecimiento del ecosistema granadino en torno a la inteligencia artificial fue la creación, en 2023, de la Fundación AI Granada Research & Innovation (Fundación AI Granada). Se trata de una fundación privada impulsada por las principales instituciones públicas de Granada y la Junta de Andalucía, con el propósito de consolidar un entorno especializado en IA que favorezca tanto la generación como la atracción de talento, y que sirva de motor para el desarrollo y crecimiento de empresas vinculadas a esta tecnología. Su misión es actuar como canal estratégico de conexión entre Granada y Andalucía y el universo global de la IA, facilitando el flujo de talento, conocimiento y soluciones innovadoras. Todo ello con el objetivo de aumentar la competitividad empresarial y crear las condiciones necesarias para un ecosistema sostenible que genere empleo de calidad en el entorno local y regional.

Con el fin de reforzar este ecosistema, la UGR ha solicitado una inversión de cinco millones de euros para un supercomputador especializado en IA generativa, que permitiría ampliar la capacidad de procesamiento y experimentación del AI Lab, la Fundación IA y del resto de proyectos del entorno.

En definitiva, el reconocimiento institucional y académico de la UGR en el ámbito de la IA es fruto de una estrategia coordinada entre sus equipos de gobierno, sus grupos de investigación y sus socios institucionales y empresariales. Esto ya está dando sus resultados como la consideración por parte de la Junta de Andalucía de Granada como sede del Centro Andaluz de Inteligencia Artificial.

El proyecto estratégico de la UGR en Inteligencia Artificial representa un modelo de universidad conectada con su tiempo: abierta a la colaboración, comprometida con la excelencia y capaz de liderar procesos complejos de transformación tecnológica. Con iniciativas concretas, socios relevantes y visión a largo plazo, la UGR está construyendo en Granada un ecosistema de IA que combina formación, investigación y desarrollo, y que aspira a ser referencia europea en los próximos años



10.3. Azucarera San Isidro – Campus UGR Sostenibilidad

La Azucarera de San Isidro, inaugurada en 1901 y cerrada en 1984, fue una de las principales fábricas de azúcar de remolacha en España. En 2015, fue declarada Bien de Interés Cultural (BIC). Este espacio que abarca más de 87.000 m² de terreno y 20.000 m² de edificaciones, es considerado uno de los 100 ejemplos más representativos de la arquitectura industrial española (patrimonio.ugr.es).

Adquirida por la Universidad en 2021, este conjunto industrial no solo representa un valioso testimonio del patrimonio arquitectónico e industrial andaluz, sino que encarna el potencial de una nueva etapa para la ciudad: la de la innovación, la regeneración urbana y el compromiso con el desarrollo sostenible.

El proyecto nace con una vocación integradora. Su objetivo no es solo preservar y rehabilitar el legado de la azucarera, sino reimaginarlo como un espacio de conocimiento, encuentro y sostenibilidad, donde confluyan la investigación científica, la formación, la cultura, la participación ciudadana y el respeto por el medioambiente. Este proyecto se estructura en torno a tres niveles de intervención: la conexión del recinto con la ciudad y la Vega, la revitalización del entorno urbano inmediato, y la recuperación interior del recinto industrial. De esta manera la idea es proyectar un campus vivo, sostenible y conectado, que se articule como corredor verde metropolitano, con nuevos sistemas de movilidad sostenible, parques, espacios para la convivencia y equipamientos comunitarios.

El campus se organizará en tres grandes bloques programáticos:

- Investigación en agricultura, industria agroalimentaria, energías renovables, ecología y clima, IA en sostenibilidad, e incubadoras y laboratorios de sostenibilidad.
- Extensión universitaria, con el desarrollo de espacios culturales (teatro, música, conferencias), co-working, y programas de proximidad y culturales en torno al azúcar y la Vega.
- Un parque ecológico y un corredor verde que conecten el campus con la ciudad y la Vega de Granada, junto con espacios de ocio, formación e investigación, y jardines botánicos.

El proyecto constituye además una intervención ejemplar alineada de forma integral con los principios de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. En él convergen múltiples líneas estratégicas que responden a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) desde una perspectiva multisectorial e intergeneracional y que se organiza en torno a cinco grandes conceptos estratégicos, cada uno de ellos conectado con distintas metas ODS:

- Ciudades saludables. Esto se relaciona con la mejora del entorno urbano y creación de espacios de convivencia, paseo y recreo; la promoción de la movilidad no contaminante: tranvía en superficie, carriles bici y rutas peatonales; y la integración del campus en una red verde urbana que contribuye a la salud ambiental y social.
- Patrimonio industrial. Reutilización adaptativa del conjunto industrial, conservando su valor histórico, arquitectónico y paisajístico; e inclusión de programas educativos y divulgativos sobre la historia de la industria azucarera y la Vega de Granada.
- Regeneración urbana. Revitalización de una zona urbana degradada con nuevos servicios y oportunidades para el entorno; y la creación de un eco barrio con viviendas dignas y sostenibles para investigadores y empresas vinculadas al campus.
- Innovación e investigación. Instalación de centros de I+D+i en sostenibilidad; y laboratorios de innovación tecnológica en agroalimentación y energías limpias.
- Energías en el territorio. Creación de espacios de investigación en energías renovables; uso eficiente y responsable de los recursos hídricos del recinto; apuesta por un modelo energético neutro en carbono.



A lo largo del año 2025, se han sumado hitos importantes en el desarrollo de este proyecto estratégico. Así, en mayo el Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana licitó por 1.578.332 euros las obras de conservación y adaptación de la nave de enseres de la destilería de la Azucarera para espacios de trabajo e investigación de la UGR. Esta intervención se enmarca en la primera fase de un plan integral para la recuperación del conjunto de naves de la destilería de la Azucarera. La actuación contempla la rehabilitación de 374,91 m² de superficie construida y más de 1.800 m² de urbanización en la Plaza de los Depósitos. La nave de enseres se adecuará como espacio de trabajo para algunos grupos de investigación, como por ejemplo el proyecto europeo ERC-Synergy Grant MEDGREENREV: Re-thinking the Green Revolution in the Medieval Western Mediterranean.

Está prevista una segunda fase de intervención con otros 7 millones de euros actuando sobre la alcoholera, nave de pulpa y espacios adyacentes, dando continuidad al trazado de redes y al acondicionamiento de naves complementarias. Las fases posteriores se prolongarán en los años siguientes, teniendo en cuenta las fuentes de financiación que se puedan captar para ir desarrollando el proyecto según lo marcado en su plan director.

10.4. Alianza ARQUS

Otro de los grandes proyectos transformadores de la UGR que es una realidad desde 2018 es la Alianza Universitaria Europea Arqus. Las alianzas de universidades europeas son una iniciativa impulsada por la Comisión Europea con el objetivo de fomentar alianzas transnacionales que buscan reforzar los valores y la identidad europea, además de transformar la calidad y competitividad de la educación superior en Europa. Se basan en una estrategia común a largo plazo que prioriza la sostenibilidad, la excelencia académica y los principios europeos. Nacieron con la idea de ofrecer programas educativos centrados en el estudiantado, impartidos de manera conjunta en campus compartidos, donde los estudiantes pueden diseñar sus propios itinerarios y disfrutar de la movilidad académica en todas las etapas de su formación.

La Alianza Arqus reúne a las universidades de Granada (coordinadora), Graz, Leipzig, Lyon 1, Maynooth, Miño, Padua, Vilna y Breslavia, nueve universidades de investigación integral de larga trayectoria que comparten una amplia experiencia en proyectos conjuntos y un perfil común como instituciones internacionalizadas con un profundo compromiso regional en ciudades de tamaño medio. Fue seleccionada por la Comisión Europea en 2018 como una de las 17 primeras en recibir aprobación.

El propósito de Arqus es impulsar una transformación profunda, estratégica y sostenible tanto en las universidades que forman parte como en el conjunto del sistema universitario europeo. Esto se logra mediante una integración avanzada, la eliminación de barreras a la cooperación, la creación de infraestructuras físicas y virtuales compartidas, una oferta académica más flexible basada en itinerarios personalizados, microcredenciales y metodologías innovadoras, fomentando la conexión entre docencia e investigación y promoviendo los valores europeos dentro de la diversidad. Arqus aspira a aprovechar la sólida experiencia previa de las universidades asociadas en materia de cooperación para lograr un alto nivel de integración en las políticas y planes de acción de sus miembros.

Para los próximos años Arqus se plantea conseguir los siguientes objetivos. Uno de ellos es avanzar hacia una gobernanza compartida y eficaz, capaz de coordinar políticas comunes entre las universidades miembro y de favorecer espacios de participación en todos los niveles institucionales. Arqus también apuesta por el desarrollo de las personas y de la comunidad universitaria. El objetivo es ofrecer oportunidades reales de crecimiento profesional y personal a estudiantes, docentes, investigadores y personal administrativo, promoviendo la movilidad, el intercambio y la formación continua en un entorno cada vez más abierto a la sociedad. La inclusión y la equidad ocupan un lugar central en esta visión. La alianza trabaja activamente para garantizar el acceso y la participación de perfiles diversos, promoviendo procesos de admisión y contratación inclusivos, y asegurando condiciones que permitan a todos los colectivos desarrollarse plenamente en el ámbito universitario. En el ámbito académico, Arqus se propone ofrecer una formación de alta calidad, flexible y centrada en el alumnado. Para ello, impulsa la innovación pedagógica, el reconocimiento automático de créditos, el diseño de programas compartidos y nuevas formas de movilidad adaptadas a distintas necesidades.

Otro eje clave es el fomento de una universidad multilingüe e intercultural, donde las lenguas no solo se enseñen, sino que formen parte activa del día a día académico, enriqueciendo la experiencia universitaria y facilitando la comunicación entre comunidades diversas. La alianza también promueve el emprendimiento y el compromiso regional, estimulando la creatividad y la colaboración entre universidad, empresa y territorio. A través de iniciativas conjuntas, se busca generar impacto económico y social en los entornos locales de cada universidad miembro. Además, Arqus refuerza su compromiso con la investigación de excelencia, con especial atención a la formación de nuevos investigadores. Se desarrollan programas de doctorado y postdoctorado conjuntos, se comparten recursos y se fomentan redes internacionales de colaboración científica. Por último, la alianza mira más allá del continente con un firme compromiso global. Su objetivo es proyectar el modelo universitario europeo a escala internacional, atrayendo talento de todo el mundo y desarrollando proyectos educativos y científicos con impacto global.

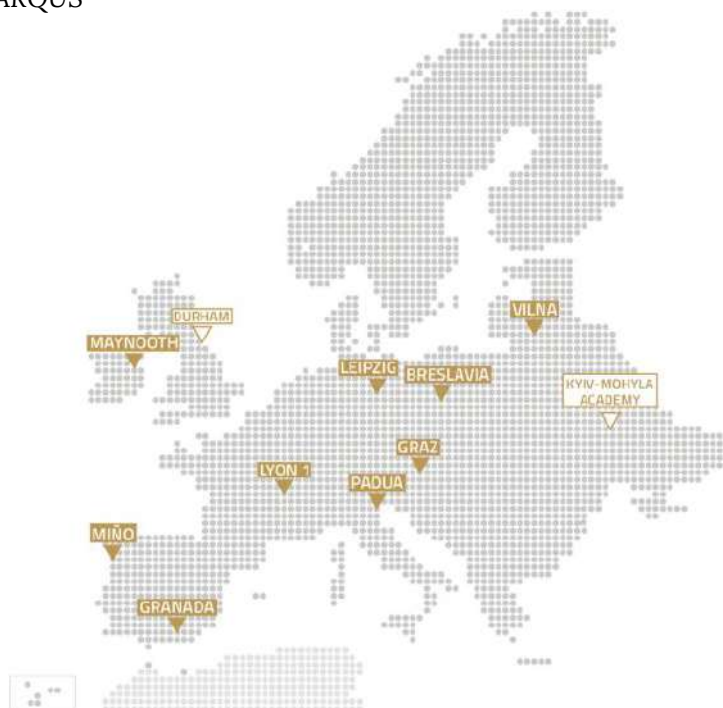
La actividad de la Alianza Arqus se ha intensificado en los últimos años reflejando su dinamismo como red universitaria europea comprometida con la innovación, la cooperación internacional y el protagonismo del estudiantado. Uno de los hitos recientes ha sido el respaldo del Comité Rector de Arqus a la candidatura de Granada como Capital Europea de la Cultura 2031, una muestra del compromiso de la alianza con los territorios que la acogen y con la proyección internacional de su dimensión cultural. Granada continúa siendo un punto neurálgico para la movilidad académica y Arqus contribuye activamente a ello.

Dentro del ámbito formativo y lingüístico, se desarrollan con éxito los Arqus Cafés, encuentros virtuales e informales que fomentan el aprendizaje intercultural y multilingüe entre estudiantes de las distintas universidades miembro. Estos espacios, que han alcanzado ya su décima edición, se han consolidado como una herramienta eficaz para promover la comunicación espontánea y la conexión entre culturas.

La alianza también ha dado visibilidad a iniciativas más específicas, como las del Foro Internacional de Estudios Románicos (AIFRS), que ha lanzado seminarios sobre los moriscos o talleres dedicados a lenguas minoritarias como el gallego y el asturiano. En paralelo, espacios como la Student Agora refuerzan el papel activo del estudiantado en la toma de decisiones y en el diseño de proyectos culturales, digitales y sociales dentro de la propia red Arqus. Asimismo, como parte de su apuesta por la innovación tecnológica, la alianza ha lanzado Arqus Plaza, una nueva plataforma digital pensada para facilitar la colaboración entre las universidades miembro, centralizar contenidos y generar una comunidad conectada y viva más allá de los eventos presenciales.

En conjunto, estas actividades demuestran que Arqus no solo es una red académica, sino también una comunidad internacional activa, que combina la movilidad, la formación, la investigación y la implicación social en un modelo europeo de universidad compartida y transformadora.

Gráfico 10.1. Alianza ARQUS



Fuente: <https://www.arqus-alliance.eu/>

10.5. Año 2031: año de la candidatura de Granada a la Capital Cultura de Europa y del Horizonte V Centenario

Capital Europea de la Cultura es un título que otorga el Parlamento Europeo y el Consejo de Europa, tiene un reconocimiento internacional como un hito para desarrollar todo tipo de manifestaciones artísticas que contribuye a generar beneficios sociales y económicos. La ciudad de Granada opta a este título para el año 2031, precisamente el año en el que se cumple el V centenario de la fundación de la UGR. Esto hace especialmente relevante el papel de la UGR en este proyecto.

La cultura tiene un gran peso en Granada, también desde un punto de vista económico, es un pilar clave en la estrategia de futuro del binomio cultura-conocimiento para lo que la presencia de la UGR es imprescindible. Este proyecto pretende dinamizar la actividad en todos los dominios culturales en el territorio, desde la creación-producción hasta el consumo-recepción pasando por la difusión-transmisión"

El proyecto Horizonte V Centenario de la Universidad de Granada (UGR) es una iniciativa para conmemorar el 500 aniversario de la institución, previsto para el 14 de julio de 2031. Sin embargo, la conmemoración y los eventos relacionados comenzarán mucho antes, extendiéndose desde 2026 hasta 2031. Este proyecto no solo celebra la rica historia de la UGR, sino que también tiene como fin proyectar su futuro en el contexto de una sociedad en constante evolución.

Entre los objetivos principales del proyecto cabe destacar los siguientes:

1. Reflexión sobre el pasado y proyección hacia el futuro: La UGR desea reflexionar sobre su legado histórico, tanto en términos de contribución cultural como científica. Este ejercicio de revisión histórica permitirá la proyección de un futuro que continúe siendo relevante para la sociedad, adaptándose a los nuevos desafíos globales y tecnológicos.

2. Impulsar proyectos transformadores: En línea con el objetivo de ser un motor de cambio, la UGR pretende desarrollar proyectos que favorezcan la innovación, la sostenibilidad, y la inclusión social. Se busca crear soluciones que vayan más allá del ámbito académico, extendiéndose a la sociedad en su conjunto y apoyando el progreso en áreas como la investigación aplicada, la educación inclusiva y el desarrollo social.
3. Fortalecimiento de la identidad universitaria: Este proyecto tiene la intención de fortalecer el sentido de pertenencia y el orgullo de la comunidad universitaria, mediante la participación de estudiantado, profesorado, personal administrativo y de servicios, y egresados. La UGR busca reforzar su identidad y su posición como un referente académico a nivel nacional e internacional.
4. Fomento de la colaboración institucional: Uno de los aspectos clave de *Horizonte V Centenario* es el establecimiento de alianzas con otras universidades, instituciones académicas, gubernamentales y el sector privado. A través de estas colaboraciones, la UGR pretende crear sinergias que impulsen proyectos de mayor escala y relevancia.

Entre las principales actividades a desarrollar es preciso mencionar:

1. Eventos científicos y culturales: A lo largo de los años, se llevarán a cabo una serie de congresos, simposios y exposiciones que no solo pondrán en valor el trabajo académico de la UGR, sino también el rico patrimonio cultural de la ciudad de Granada. Estos eventos tendrán un enfoque interdisciplinario, reuniendo a académicos y expertos de diversas áreas de estudio para discutir los avances más importantes y los retos actuales. Además, se organizarán actividades culturales que subrayen la influencia histórica de la UGR y su conexión con la ciudad de Granada.
2. Proyectos de restauración: La UGR planea realizar una serie de intervenciones en edificios emblemáticos, como el Hospital Real que son parte de su patrimonio arquitectónico. Estas restauraciones permitirán preservar estos edificios para las generaciones futuras, asegurando que sigan siendo un símbolo de la historia de la universidad y de la ciudad. Además, las restauraciones estarán acompañadas de actividades de divulgación que mostrarán el proceso de conservación y restauración de estos monumentos históricos.
3. Iniciativas sonoras: Un proyecto innovador dentro de *Horizonte V Centenario* es el denominado Horizonte Sonoro V Centenario, dirigido por la artista y académica Clara Peñalver. Este proyecto utiliza el sonido y las experiencias inmersivas como herramientas para narrar la historia de la UGR, sus protagonistas y su evolución a lo largo de los siglos. A través de experiencias auditivas, los participantes podrán sumergirse en el contexto histórico de la universidad, lo que les permitirá tener una comprensión más profunda de su impacto en la sociedad.
4. Coloquios y actividades de divulgación: En el marco de este proyecto, se organizarán diversos coloquios y mesas redondas sobre el futuro de la educación superior, la investigación y la ciencia. Estos espacios de intercambio permitirán reflexionar sobre el papel de la universidad en el siglo XXI y cómo debe adaptarse a las nuevas demandas de la sociedad. También se realizarán actividades de divulgación científica para involucrar a la comunidad en el proceso de celebración y reflexión sobre los avances científicos de la UGR.

Horizonte V Centenario busca que la UGR siga siendo una referencia mundial en investigación, educación superior e innovación tecnológica. A través de este proyecto, se pretende que la UGR sea capaz de contribuir a resolver los grandes desafíos globales del futuro, como el cambio climático, la pobreza, las desigualdades sociales, la educación inclusiva y la salud.

La celebración del 500 aniversario es solo un hito dentro de un plan de largo plazo para que la universidad continúe desempeñando un papel activo y transformador en la sociedad. Se espera que el legado de este proyecto inspire a futuras generaciones de estudiantes, investigadores y profesionales a seguir desarrollando soluciones que mejoren la vida de las personas y del planeta.





11

Conclusiones

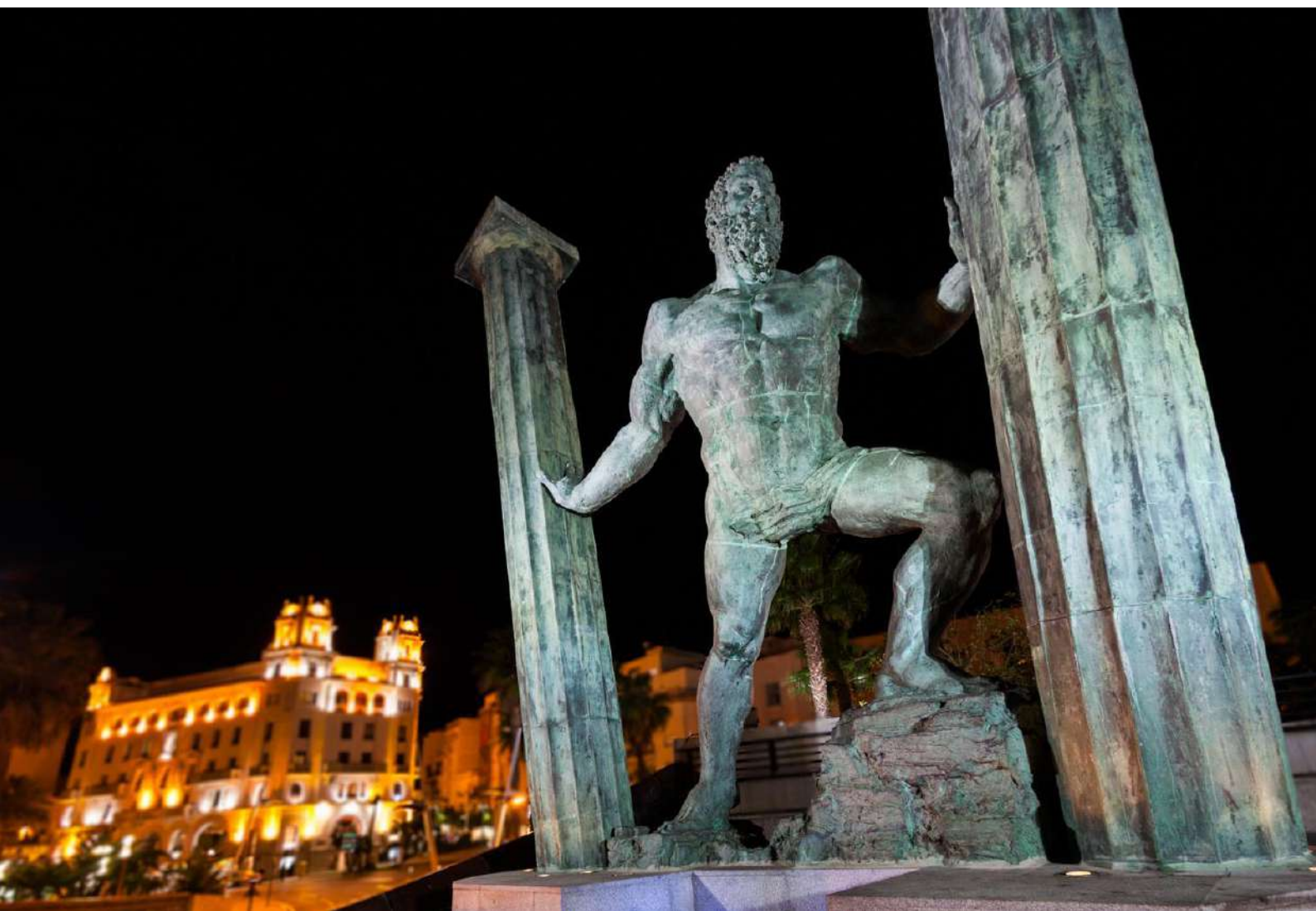
Capítulo 1

- Este es el tercer estudio sobre el impacto de la Universidad de Granada (UGR), cuya referencia temporal principal es el año 2023. Se trata de una actualización de las consecuencias del desarrollo de la actividad de la Universidad de Granada de los estudios que se realizaron referidos a los años 2008 y 2018 y publicados en 2009 y 2020, respectivamente. Este período ha estado marcado por tres fenómenos de especial repercusión como la crisis económica internacional de 2008, la crisis pandémica de 2020 que aceleró aún más el proceso de digitalización y la irrupción en los últimos años de la inteligencia artificial.
- Para este tipo de estudios se utilizan diferentes denominaciones. Unas enfatizan el aspecto estrictamente económico bajo el título de impacto económico; o bien incluyen además aspectos sociales bajo la denominación de contribución socio-económica; o las que aluden a un carácter más genérico, con vocación más ambiciosa que abarca otros aspectos y que puede calificarse como estudios de generación de valor. En cualquier caso, la evaluación del impacto, la contribución socioeconómica o la generación de valor que se deriva de la actividad universitaria es una forma de rendir cuentas ante la sociedad, también puede ser una herramienta estratégica para la planificación y para el seguimiento de las decisiones adoptadas. Por tanto, no se trata, no debe tratarse de un mero ejercicio puntual.
- El presente estudio renueva el análisis del impacto de la UGR que incorpora la estimación de los impactos económicos totales, diferenciando los directos, indirectos e inducidos por los campus de las tres ciudades en las que está presente la UGR: Granada, Ceuta y Melilla. Así mismo el análisis del capital humano y la estimación de recaudación fiscal del capital humano para los tres campus. Además, se hace un análisis exhaustivo del posicionamiento internacional de la universidad de Granada, que se extiende a los indicadores de la actividad investigadora para el sistema universitario español (producción científica, innovación, competitividad, capacidad de formación entre otros). También se hace un análisis de indicadores bibliométricos por especialidades científicas comparando la situación de la UGR en el sistema andaluz, español y mundial.
- El primer capítulo trata de la presentación del estudio. Contiene una revisión actualizada de este tipo de estudios comentando las contribuciones metodológicas que se han ido produciendo, en particular en universidades de EE. UU. y Europa destacando los desarrollos recientes. También resume la experiencia de la UGR, que puede considerarse amplia, marcada especialmente por tres transformaciones clave la disrupción generada por la pandemia y su efecto en la planificación y resiliencia institucional; la transformación digital y la inteligencia artificial, que alteran profundamente los modelos de docencia, gestión e interacción universitaria y el desglose del análisis por campus de la UGR.

Capítulo 2

- El capítulo segundo expone los fundamentos metodológicos del estudio y justifica las decisiones adoptadas. Se parte de una concepción amplia de la función universitaria —formación, investigación y transferencia—, incorporando enfoques que subrayan su papel en el desarrollo económico, la innovación y la transformación social. Se destaca la necesidad de trascender un enfoque meramente económico y de corto plazo, incorporando impactos de largo alcance vinculados al capital humano, conocimiento, reputación y sostenibilidad.

- Básicamente, se distingue dos grandes tipos de efectos. Los efectos hacia atrás (impactos económicos inmediatos) que se evalúan mediante el modelo input-output aplicado al marco andaluz (MIOAN 2016), considerando los gastos de la universidad, los estudiantes, los visitantes y los eventos académicos. Se cuantifican los efectos directos, indirectos e inducidos sobre producción, renta y empleo de acuerdo con los estudios de referencia analizados. Por otro lado, los efectos hacia adelante (impactos de medio y largo plazo): incluyen la generación de capital humano (formación o inserción laboral liderazgo) y la estimación de su valor económico y de su contribución fiscal al entorno; la producción científica (artículos, patentes, spin-offs), la extensión universitaria (cultural, artística, social); compromiso con proyectos estratégicos del entorno; posicionamiento internacional de la universidad; la reputación institucional y digital. A veces estos efectos requieren enfoques más cualitativos, uso de indicadores indirectos y en ocasiones metodologías narrativas o perceptuales. Por la incorporación de todos estos aspectos, se defiende el uso del concepto de generación de valor, en lugar de “impacto económico” para captar adecuadamente la contribución multidimensional de la universidad. Por supuesto, una medida deseable es evaluar no solo la cantidad de impacto (número de artículos, egresados, eventos), sino su calidad (relevancia científica, empleos estables, impacto social, etc.).
- Finalmente, se reconoce la existencia de limitaciones metodológicas: uso de tablas regionales en lugar de provinciales, supuestos de estabilidad estructural, dificultad para medir impactos intangibles o de largo plazo, y ausencia de estándares generalizados de calidad. A pesar de ello, se justifica la validez del enfoque adoptado y se propone como una base replicable para futuras evaluaciones.



Capítulo 3

- En el ejercicio 2023, la liquidación presupuestaria de la UGR supuso casi 567 millones de €, algo más del 65% se destina a personal, aproximadamente el 20% a inversiones y un 9% a gastos corrientes. Un 95,7% del total corresponde al campus de Granada, un 1,8% al de Ceuta y un 2,5% al de Melilla.
- El presupuesto de la UGR en la ciudad de Granada es 1,7 veces el de la Diputación de Granada y 1,6 veces el del Ayuntamiento de Granada.
- El presupuesto de la UGR en el campus de Ceuta es el 3% del presupuesto de la ciudad autónoma mientras en que el caso de Melilla es el 4,3% del presupuesto de la ciudad de Melilla.
- El gasto medio estimado por curso para un estudiante de la UGR es de 7.894,5 €, que oscila entre los 7.852 € correspondiente al campus de Ceuta y los 8.082 del campus de Melilla pasando por los 7.890 del campus de Granada.
- Por titulación el gasto para alguien de grado es menor (7.719 €), progresivamente aumenta para máster (8.369,4 €) y doctorado (10.340 €).
- Considerando una misma duración del curso para todos, aunque los alumnos ERASMUS y SICUE están menos tiempo de media, los estudiantes ERASMUS tienen un gasto mayor (9.391,5 €), seguidos de estudiantes SICUE (9.021 €) y de los de UGR (7.888,5 €).
- La estimación del gasto total para los estudiantes del campus de Granada es de 217 millones de €, algo más de 9 y 11 millones de €, respectivamente, para el campus de Ceuta y de Melilla.
- La estimación del gasto de los visitantes relacionado con la actividad de la UGR en el campus de Granada se estima en 61,8 millones de €; mientras que para los campus de Ceuta y Melilla se estima en 1,4 y 2,2 millones de €, respectivamente.
- La actividad de congresos y eventos vinculados a la actividad de la UGR para el campus de Granada se estima en 10,5 millones de €; en el campus de Ceuta se estima en 0,184 millones de € y en el de Melilla de 0,132 millones de €.

Capítulo 4

- El gasto total en el campus de Granada de los agentes vinculados a la actividad de la UGR asciende a 875,8 millones de €. El 60,8% corresponde a la UGR, el 30,9% al estudiantado, un 7,1% a visitantes y un 1,2% a la actividad congresual y de eventos. Por sectores, entre la categoría de economías domésticas y el sector servicio acumulan el 86% de la demanda total en el campus de Granada; al sector industrial corresponde un 8,7%; el sector primario y el de energía y suministros tienen un peso similar, el 2,4% y el 2,5%, respectivamente. Finalmente, en este ejercicio el sector de la construcción es el que tiene menos peso sobre el total con un 1,5%.
- En cuanto al campus de Ceuta, el gasto total de los agentes vinculados a la actividad de la UGR asciende a 21,1 millones de €. El 49,1% corresponde a la UGR, el 43,3% al estudiantado, un 6,7% a visitantes y un 0,87% a la actividad congresual y de eventos. Por sectores, entre la categoría de economías domésticas y el sector servicio acumulan el 82,4% de la demanda total en el campus de Ceuta; al sector industrial corresponde un 7,25%; el sector primario representa un 2,4% y el de

energía y suministros supone 1,9%. Finalmente, en este ejercicio el sector de la construcción alcanza un porcentaje destacado. Concretamente el 5,2%.

- En lo que se refiere al campus de Melilla, el gasto total de los agentes vinculados a la actividad de la UGR asciende a 27,4 millones de €. El 51,1% corresponde a la UGR, el 40,4% al estudiantado, un 8% a visitantes y un 0,5% a la actividad congresual y de eventos. Por sectores, entre la categoría de economías domésticas y el sector servicio acumulan el 87% de la demanda total en el campus de Melilla; al sector industrial corresponde un 6,2%; el sector primario representa un 3,1%; continúa el sector de la construcción con un 2,2% y, finalmente, el de energía y suministros supone 1,6%.
- El impacto total que genera el gasto vinculado a la actividad de la UGR en el campus de Granada se multiplica por 3,15, alcanzando 2.759,9 millones de €. Esto supone 6,1€ por cada euro de fondos públicos invertidos, que son 454.6 millones de €. El impacto renta en el campus de Granada estimado es de 1.351,8 millones de €, es decir 1,54 veces el importe del gasto. El impacto total empleo se cifra en 31.259 empleos.
- En el campus de Ceuta, el impacto total que genera el gasto vinculado a la actividad de la UGR se multiplica por 3 alcanzando 63,3 millones de €. Esto supone 13,1€ por cada euro de fondos públicos invertidos que son 4,8 millones de €. El impacto renta estimado en el campus de Ceuta es de 28,8 millones de €, es decir 1,37 veces el importe del gasto. El impacto total empleo se cifra en 690 empleos.
- En el campus de Melilla, el impacto total que genera el gasto vinculado a la actividad de la UGR se multiplica por 3,04 alcanzando 83,1 millones de €. Esto supone 9,7 € por cada euro de fondos públicos invertidos que son casi 8,6 millones de €. El impacto renta en el campus de Melilla se estima en 40,2 millones de €, es decir 1,47 veces el importe del gasto. El impacto total empleo se cifra en 956 empleos.
- La mayor parte de la actividad vinculada a la UGR se desarrolla en Granada un 94,76% como promedio de la demanda total. Este porcentaje es algo mayor por la ejecución del presupuesto de la UGR y la actividad congresual y algo menor en la parte de estudiantado y visitantes, aunque siempre por encima del 93% del total.
- Por término medio, el campus de Ceuta representa el 2,28% de la demanda total de la actividad vinculada con la UGR, a ese porcentaje no llega lo que representa por la ejecución del presupuesto UGR (1,9%), ni por los visitantes (2,2%) y menos por la actividad congresual (1,7%) mientras que es superado por lo que representa el gasto de estudiantes (3,1%).
- El campus de Melilla representa sobre el total algo más, en concreto un 2,96%. La actividad congresual tiene una importancia menor (1,2%) así la debida a la ejecución del presupuesto UGR (2,5%); por el contrario, superan ese porcentaje y está por encima los que representa el gasto de visitantes y sobre todo de estudiantes (3,8%).
- El impacto total en la producción de los campus de Granada, Ceuta y Melilla es 94,96%, 2,18% y 2,86%, respectivamente.
- En el caso del impacto total renta el reparto entre los tres campus es 95,15%, 2,03% y 2,83, respectivamente. Mientras que en el impacto empleo es 95%, 2,1% y 2,91%, respectivamente.
- Con respecto al total, el campus de Granada tiene aún más peso que el que proporcionalmente le corresponde en impacto renta, mientras que el de Ceuta lo tiene en impacto producción y Melilla en impacto empleo.



- El impacto producción de la UGR en el campus de Granada en los últimos 5 años ha crecido más que el PIB andaluz, por eso aumenta su porcentaje hasta el 1,38%, aunque lo ha hecho menos que el PIB provincial en ese período por lo que representa el 12,7% del PIB provincial.
- El impacto renta de la UGR en el campus de Granada en los últimos años ha crecido más que el PIB andaluz y provincial, subiendo algo el porcentaje que representa, hasta el 0,68% del PIB andaluz y el 6,23% del PIB provincial.
- El impacto empleo de la UGR en el campus de Granada en los últimos años ha crecido mucho más que el empleo andaluz y provincial, aumentando el porcentaje que representa, en concreto el 0,9% del empleo andaluz y el 8,67% del empleo provincial. En el campus de Granada se crea un empleo por cada 88.289 €.
- En el campus de Ceuta, el impacto producción de la actividad de la UGR alcanza una cantidad que equivale al 3,35% de su PIB; mientras que el impacto renta llega al 1,53% del PIB ceutí. Finalmente, el empleo llega al 2,2% del volumen de empleo en Ceuta. En el campus de Ceuta se crea un empleo por cada 91.781 €.
- El impacto relacionado con la actividad de la UGR en Melilla es mayor que en Ceuta tanto en valores absolutos como relativos. En este campus el impacto producción alcanza un 4,75% del PIB de Melilla y el impacto renta un 2,3%; mientras que supone un 2,99% del empleo de la ciudad autónoma. En el campus de Melilla se crea un empleo por cada 86.859 €.

Capítulo 5

Estimación del valor económico del capital humano generado por la UGR

- A mayor nivel de formación mayor es la ganancia media. Esta diferencia se ha acentuado en los últimos años.
- Existe diferencia de ganancia media según sexo. Los hombres tienen mayor ganancia media que las mujeres, pero dicha diferencia se reduce para aquellos con formación universitaria. Mientras que en las personas con estudios secundarios la diferencia es aproximadamente del 34% (34,7% para España y 37,3% para Andalucía), para las personas universitarias se reduce a la mitad, aproximadamente (18% en España y 13% en Andalucía).
- También hay diferencia en la ganancia media según territorios, Andalucía tiene una ganancia media inferior a la del resto de España.
- El valor del capital humano generado por la UGR en el campus de Granada como consecuencia de la formación universitaria de los/as egresados/as de 2023 a lo largo de su vida laboral por comparación con el nivel de secundaria es de 5.530 millones de €, algo más de dos tercios debido a las mujeres y casi tres cuartas partes en Andalucía. En 2023, el campus de Granada generó el 92,7% del total del valor del capital humano de la UGR.
- En el campus de Ceuta, el valor del capital humano generado por la UGR es de 196,9 millones de €, un 78,4% debido a las mujeres. El campus de Ceuta representa el 3,3% del total del valor del capital humano generado por la UGR en 2023.
- En el campus de Melilla el valor del capital humano generado por la UGR es de 241,6 millones de €, un 61,6% debido a las mujeres. El campus de Melilla representa el 4% del total del valor del capital humano generado por la UGR en 2023.

Tasa de actividad, empleo y paro y formación universitaria

- En Granada durante los últimos 10 años, la tasa de actividad es inferior a la española, esta diferencia es más acusada entre las mujeres que entre los hombres. La tasa de empleo de las mujeres es inferior a la de los hombres, tanto en España como en Granada. La tasa de empleo de Granada es inferior a la española. Además, esta diferencia ha aumentado en los últimos años. En concreto, el último año se da la mayor diferencia para los hombres entre la tasa de empleo española y la de Granada, y una de las mayores de la serie para el caso de las mujeres.
- La tasa de paro de las mujeres es mayor que la de los hombres, tanto en España como en Granada. La tasa de paro en Granada es mayor que la de España en ambos casos. La tasa de paro al final de la serie de Granada es algo más de 9 puntos porcentuales superior a la española, una de las mayores diferencias de toda la serie.
- Granada presenta menores tasas de actividad y empleo y mayor tasa de paro que la media nacional.
- En Ceuta durante los últimos 10 años, la tasa de actividad es parecida a la de España para los hombres, en el último año es superior. La tasa de actividad para las mujeres se ha acercado a la tasa de España en los últimos años, en los que se presenta las menores diferencias.
- La tasa de empleo de España es superior a la de Ceuta, con mayor diferencia en el caso de las mujeres que es inferior a las de los hombres (17 puntos como promedio del período), también es superior que la existente en el caso de la tasa de España (11 puntos como promedio del período).

- La tasa de paro de Ceuta supera a la de España en todo el período, especialmente en el caso de las mujeres. Además, la diferencia aumenta notablemente a partir de 2019.
- La tasa de paro de las mujeres en Ceuta es bastante superior a la de los hombres, con una diferencia mucho mayor que en el resto de España, mientras que la diferencia para España entre la tasa de paro de hombres y mujeres es de -3,2 puntos, en Ceuta la tasa de paro de las mujeres es casi 11 puntos superior a la de los hombres.
- En Melilla durante los últimos 10 años, la tasa de actividad es similar a la española. En el promedio del período, la tasa de actividad de los hombres en Melilla ha sido superior a la de España y lo contrario ocurría para las mujeres puesto que la tasa de actividad de las melillenses ha sido inferior a la de las españolas. Todo lo contrario, ocurre en el último año, la tasa general de actividad es similar entre Melilla y España, pero ahora la de los hombres es inferior en Melilla al resto de España y la de las mujeres es superior a la del resto de España.
- La tasa de empleo de Melilla es inferior a la de España sobre todo por la menor tasa en el caso de las mujeres. La tasa de empleo de las mujeres de Melilla es inferior a la de los hombres durante el período considerado. Sin embargo, mientras que la tasa de empleo de los hombres termina el período casi como empezó, la de las mujeres muestra un gran aumento.
- La tasa de paro de Melilla es superior a la de España, tanto en hombres como en mujeres. Al final del período la tasa de Melilla ha descendido, pero menos que la española. La tasa de paro de las mujeres en Melilla es mayor que la de los hombres, aunque ha descendido más durante el período.
- En el caso de Melilla, los indicadores laborales confirman un escenario caracterizado por elevadas tasas de desempleo, especialmente entre la población femenina, y niveles de actividad y empleo inestables respecto a la media nacional.
- El nivel de formación determina el porcentaje de personas ocupadas. A mayor nivel de formación mayor nivel de ocupación. Esto es así tanto para hombres como para mujeres, aunque las mujeres tienen siempre un porcentaje menor. La diferencia en la tasa de ocupación es menor en los niveles superiores de formación.



Tasa de afiliación a la Seguridad Social de los/as egresados/as de la UGR

- La tasa de afiliación de la UGR es del 70,4% tras cuatro años de finalización de los estudios, con porcentajes próximos o superiores al 80% en el caso de las áreas de Ciencias de la Salud y de Ingeniería y Arquitectura, e inferiores al 70% en las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas y, especialmente, en Arte y Humanidades.
- Las tasas de afiliación de la UGR (general y por áreas de científicas) son inferiores a las tasas medias de las universidades presenciales públicas andaluzas y también a las españolas, para todas las áreas y para cada uno de los cuatro años del seguimiento.
- La mayor diferencia con respecto al resto de universidades públicas andaluzas y a la media de las universidades españolas, se da en Ciencias Sociales y Jurídicas y, sobre todo, en Artes y Humanidades.
- Durante los cuatro años considerados, las tasas de afiliación de la UGR crecen más que las de las universidades andaluzas y españolas.
- La tasa general de afiliación de las egresadas-UGR es inferior a la de los egresados, con gran variación por áreas. Es mayor a la de los egresados en Artes y Humanidades, pero inferior especialmente en Ciencias de la Salud y en Ingeniería y Arquitectura.
- El crecimiento de las tasas de afiliación de las egresadas de la UGR es mayor que en las universidades públicas andaluzas y, con más diferencia aún, con respecto a las españolas, especialmente para Ingeniería y Arquitectura y Artes y Humanidades.
- Lo mismo sucede en el caso de los hombres y con mayor diferencia, tanto respecto a las universidades andaluzas como españolas, destacando Ingeniería y Arquitectura y Ciencias de la Salud.
- La tasa de afiliación de la UGR de máster es ligeramente inferior a la de grado (69,8% frente a 70,4%) tras cuatro años de finalización de los estudios. Los másteres de Artes y Humanidades no llegan al 45%, mientras que los de Ingeniería y Arquitectura alcanzan el 78,2%.
- Las tasas de afiliación de máster de la UGR suelen ser inferiores a las tasas medias de las universidades presenciales públicas andaluzas, sobre todo en Ciencias de la Salud y Artes y Humanidades, pero lo contrario ocurre en Ciencias.
- En comparación con las universidades públicas españolas, la tasa para máster de la UGR es inferior al principio del período, pero superior al final, en particular en Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura y al contrario que Artes y Humanidades y Ciencias de la Salud. En suma, hay una inserción más tardía por parte de los egresados de la UGR.
- Durante los cuatro años considerados, las tasas de afiliación de la UGR crecen más que las de las universidades andaluzas y mucho más aún que españolas.
- La tasa general de afiliación de la UGR para los másteres presenta menor diferencia por sexo, aunque es menor para las mujeres mayor para los hombres en Ingeniería y Arquitectura (-5,4 puntos) y Artes y Humanidades (-5,3 puntos) y mayor en Ciencias de la Salud.
- El crecimiento de las tasas de afiliación de las egresadas-UGR es similar al de los egresados-UGR, en ambos casos es superior al crecimiento de las universidades públicas andaluzas y más aún respecto a las españolas.

Capítulo 6

- La ganancia media en España es mayor a la ganancia media en Andalucía. La ganancia media de los hombres es mayor a la de las mujeres, tanto en España como en Andalucía.
- La diferencia entre la ganancia media de una persona con estudios universitarios y otra con estudios secundarios es mayor en Andalucía.
- La diferencia entre hombres y mujeres es menor para el caso de enseñanza universitaria que de secundaria.
- La contribución de los hombres por IRPF es superior a la de las mujeres, siendo la diferencia mayor en el caso de España que en el de Andalucía.
- La contribución por IVA es mayor en los hombres que en las mujeres, y en España respecto a Andalucía. Esto refleja, tanto en el caso del sexo como del territorio, la diferencia de renta existente en ambas clasificaciones.
- La recaudación por IRPF e IVA debida a los/as egresados/as de la UGR en el campus de Granada es de 56,1 millones de €, el 63,5% corresponde a egresadas y el 36,5% a egresados. Esta total se reparte entre un 82,2% por IRPF y un 17,8% por IVA. Esto representa aproximadamente el 92,7% de la cantidad total generada por todos los/as egresados/as de la UGR. Tomando la promoción de egresados/as de 2023 como referencia, bastarían 8,1 promociones como ésta (puede haber 40 promociones en activo aunque no todas de igual volumen de egresados) para que el exceso de recaudación por tener formación universitaria imputable a la UGR compensara la financiación pública recibida por la UGR en el campus de Granada en dicho año.
- En el campus de Ceuta, la recaudación por IRPF, IVA o IPSI (para quienes permanecen en Ceuta) debida a las personas egresadas de la UGR es de 1,94 millones de €, de lo que el 75,4% corresponde a mujeres y el 24,7% a hombres. Ese total se reparte entre (82,1% por IRPF y 17,9% por IVA e IPSI). Esto representa aproximadamente el 3,2% de la cantidad total generada por todas esas personas. En el caso del campus de Ceuta bastarían 2,5 promociones como la de 2023 para que el exceso de recaudación por tener formación universitaria imputable a la UGR compensara la financiación pública recibida por la UGR en el campus de Ceuta en ese año.
- En el campus de Melilla, la recaudación por IRPF, IVA o IPSI (para quienes permanecen en Melilla) es de 2,46 millones de € (82,3% por IRPF y 17,7% por IVA e IPSI). Esto representa aproximadamente el 4,1% de la cantidad total generada por todos los/as egresados/as de la UGR. En el campus de Melilla con 3,5 promociones como la de 2023 se cubre la financiación pública recibida por la UGR en el campus de Melilla en ese mismo año, por el exceso de recaudación por tener formación universitaria imputable a la UGR.



Capítulo 7

Posiciones en rankings

- En términos generales, la UGR mantiene sus posiciones en los rankings, situándose en una posición próxima a las 300 universidades del mundo o más arriba en algunos casos, entre la 5ª-6ª primeras de España y la primera de Andalucía.
- La UGR se posiciona en el ARWU (ranking de Shanghái) entre las tres primeras de España y la primera de Andalucía
- En el ranking URAP está entre las 300 primeras del mundo, la quinta universidad española y la primera andaluza.
- En el NTU, la UGR ha oscilado entre las posiciones 265 y 343, situándose habitualmente como la sexta universidad española y la primera andaluza.
- En Scimago, la UGR ha experimentado una mejora sustancial con posiciones similares a los anteriores en España y la primera de Andalucía.
- También se encuentra en 6ª posición entre las españolas y la primera de Andalucía en CWUR, THE, CWTS o USA News.

Según datos observatorio IUNE

- La UGR es la tercera universidad española y la segunda andaluza en volumen de profesorado. Por número de sexenios concedidos es la segunda de España y la primera de Andalucía
- La UGR es la 6ª por número de publicaciones científicas, superando las 4.000 en 2022. En cuanto al número de publicaciones por profesor la posición no es tan buena en particular en el conjunto de España (22º de España, 2ª de Andalucía).
- La UGR sobresale especialmente en la colaboración internacional, con un porcentaje cercano al 60 % de publicaciones en coautoría con instituciones extranjeras en 2022. También presenta buenos datos en colaboración nacional, ocupando la sexta posición en España en valores absolutos.

- La UGR ha mantenido un buen posicionamiento en publicaciones en revistas del primer cuartil y en artículos altamente citados, consolidando así su perfil como universidad investigadora de referencia.
- En cuanto a citas recibidas durante el período analizado, la UGR se sitúa entre las ocho primeras universidades españolas y la primera andaluza, como suele ocurrir cuando se relativa el dato en cuanto al número de profesores, las posiciones empeoran (20ª de España y 4ª de Andalucía).
- El número de proyectos del plan nacional en los últimos años, la posición de la UGR es la tercera de España y la primera de Andalucía, pero cuando se relativiza por el número de profesores esas posiciones pasa a la 16ª y 2ª respectivamente. Algo parecido sucede con los proyectos del programa Marco, aunque ahora parte de la 9 posición en España para descender a la 31ª (la tercera de Andalucía) al relativizar por el número de profesores.
- La UGR es un polo de atracción de talento como lo prueba la capacidad de captar becas y contratos de investigación.
- La UGR tiene una buena capacidad de formación medida por la captación del número total de becas FPI y FPU (la primera de España).
- También la UGR esté entre las primeras posiciones de España en la captación de contratos Juan de la Cierva y Ramón y Cajal.
- En la defensa de tesis doctorales, la UGR ocupa los puestos habituales en el contexto español (6ª) y andaluz (1ª), aunque también como es habitual puesto más atrás al relativizar por profesorado.
- En cuanto a patentes la posición en el sistema universitario público español es la séptima y la segunda en el andaluz; algo mejor en el número de PCT ocupando los puestos 4º y 1º, respectivamente.

Capítulo 8

- El análisis de por campos y especialidades de las universidades españolas, en particular la UGR, se hace de acuerdo con los indicadores utilizados por Global Ranking of Academic Subjects-GRAS. las universidades españolas destacan especialmente en el indicador de colaboración internacional.
- En Ciencias Naturales, La UGR aparece en Matemáticas (posición 1ª de España y posición general 69ª de 500), en Física (posición 11ª de España y posición general 357ª de 500), Ciencias de la Tierra (posición 3ª de España y posición general 186ª de 500), Ecología (posición 14ª de España y posición general 349ª de 500), Ciencias Atmosféricas (posición 8ª de España y posición general 282ª de 400).
- La UGR tiene una puntuación superior a la media general de España y del mundo en Matemáticas y en Ciencias de la Tierra.
- En Ciencias de la Vida, la UGR aparece en Agricultura (posición 23ª de España y posición general 251ª de 500), en Biología (posición 12ª de España y posición general 475ª de 500). Es decir, aparece en dos de las cuatro especialidades de este campo. La UGR está por debajo de la media general de España y del mundo en las dos especialidades que aparece, en la mayoría de los indicadores, con la excepción del de colaboración internacional y el de impacto de la investigación (en Agricultura).

- En Ciencias Médicas, la UGR está presente en Odontología (Dentistry & Oral Sciences) siendo la primera de España y la 67ª de 300 de la especialidad, en Enfermería (Nursing) (posición 5ª de España y posición general 203ª de 300); también en Farmacia o Pharmacy & Pharmaceutical Sciences (posición 5ª de España y posición general 219ª de 500) y en Salud Pública – Public Health (posición 5ª de España y posición general 210ª de 500). De las cuatro especialidades de este campo en que aparece la UGR, en tres de ellas es la primera universidad andaluza. No está presente en 2 (Medicina Clínica y Tecnología Médica). La UGR supera a la media de las universidades españolas y de la especialidad en Odontología en puntuación global media y en casi todos y cada uno de los indicadores, mientras que supera a la media española en Farmacia y en Salud Pública tanto en la media general como en la mayoría de los indicadores.
- En Ciencias Sociales, la UGR está por encima de la puntuación media del conjunto de universidades y de las españolas en Psicología; en Business Administration supera la media española pero no la del conjunto de la especialidad. Además, está por encima de la media de las universidades españolas, aunque por debajo de la media de la especialidad en 3 especialidades.



- La UGR está entre los primeros puestos del sistema universitario español en Psicología (puesto 1º), Estadística (puesto 2º) y Business Administration (puesto 3º); también destaca en Gestión turística y en Educación. En todas estas especialidades es la primera de Andalucía. En otras 3 especialidades alcanza una puntuación inferior a la media española y de la especialidad, pero encabeza la clasificación en Andalucía: la primera posición en Derecho y Management y la segunda en Economía. La UGR no aparece en 6 de las especialidades de ciencias sociales: Comunicación, Finanzas, Ciencias políticas, Sociología, Administración pública y Biblioteconomía.
- Los indicadores de excelencia en el profesorado (World-Class Faculty) y la producción científica (World-Class Output) de la UGR son los que presentan las oscilaciones más extremas. Entre las especialidades en las que aparece, la UGR supera a la media de las universidades españolas en la mayoría en la mayoría de los casos en calidad de la investigación y en impacto de la investigación.
- En Ingenierías, la UGR está presente en 6 especialidades de ingenierías de las 23 que considera GRAS-ARWU, por tanto, no está presente en 17 especialidades, de ellas en 6 no hay ninguna universidad española.
- Destaca la presencia de la UGR en las especialidades de Informática y Tecnología de los Alimentos puesto que supera las puntuaciones medias de España y de la especialidad. En Informática ocupa el primer puesto de las españolas y la 89 de las 500 de las especialidades; mientras que en Tecnología de los Alimentos es la 5ª de España y la 97 de 300 de la especialidad, en ambas es la primera de las universidades andaluzas.
- En Ingeniería Eléctrica y Electrónicas supera la media nacional pero no la de la disciplina, ocupa la 2ª posición andaluza, la 6ª de las españolas y la 262 de las 500 de la disciplina.
- En el resto de especialidades en las que la UGR está presente no supera la media ni española ni de la disciplina, siendo la 1ª andaluza, la 11 española y la 399 de 500 en Biotecnología; la 2ª andaluza, 10ª española y 421 de 500 en Ambientales y la también la 2ª andaluza la 6 de 6 entre las españolas y la 282 de 300 en Tecnologías de Instrumentos.
- En suma, las especialidades en las que la UGR supera tanto la media española como la global son: Matemáticas; Ciencias de la Tierra; Odontología; Psicología; Ingeniería Informática; y Ciencia y Tecnología de los Alimentos.
- Las especialidades en las que la UGR supera la media española pero no la global son: Farmacia; Salud Pública; Business Administration; Educación; Estadística; e Ingeniería Eléctrica y Electrónica.

Capítulo 9

- La reputación es la percepción colectiva sostenida en el tiempo sobre la credibilidad, la excelencia y el compromiso de una institución. Constituye un activo intangible estratégico, determinante para el posicionamiento de una universidad en el entorno nacional e internacional.
- Para atraer talento, financiación y prestigio, las universidades se ven impulsadas a gestionar activamente su reputación, no solo a nivel académico, sino también comunicacional, digital e institucional.
- La UGR mantiene una posición destacada en rankings internacionales que incluyen dimensiones reputacionales, Esto respalda su visibilidad y prestigio tanto en el ámbito nacional como global.

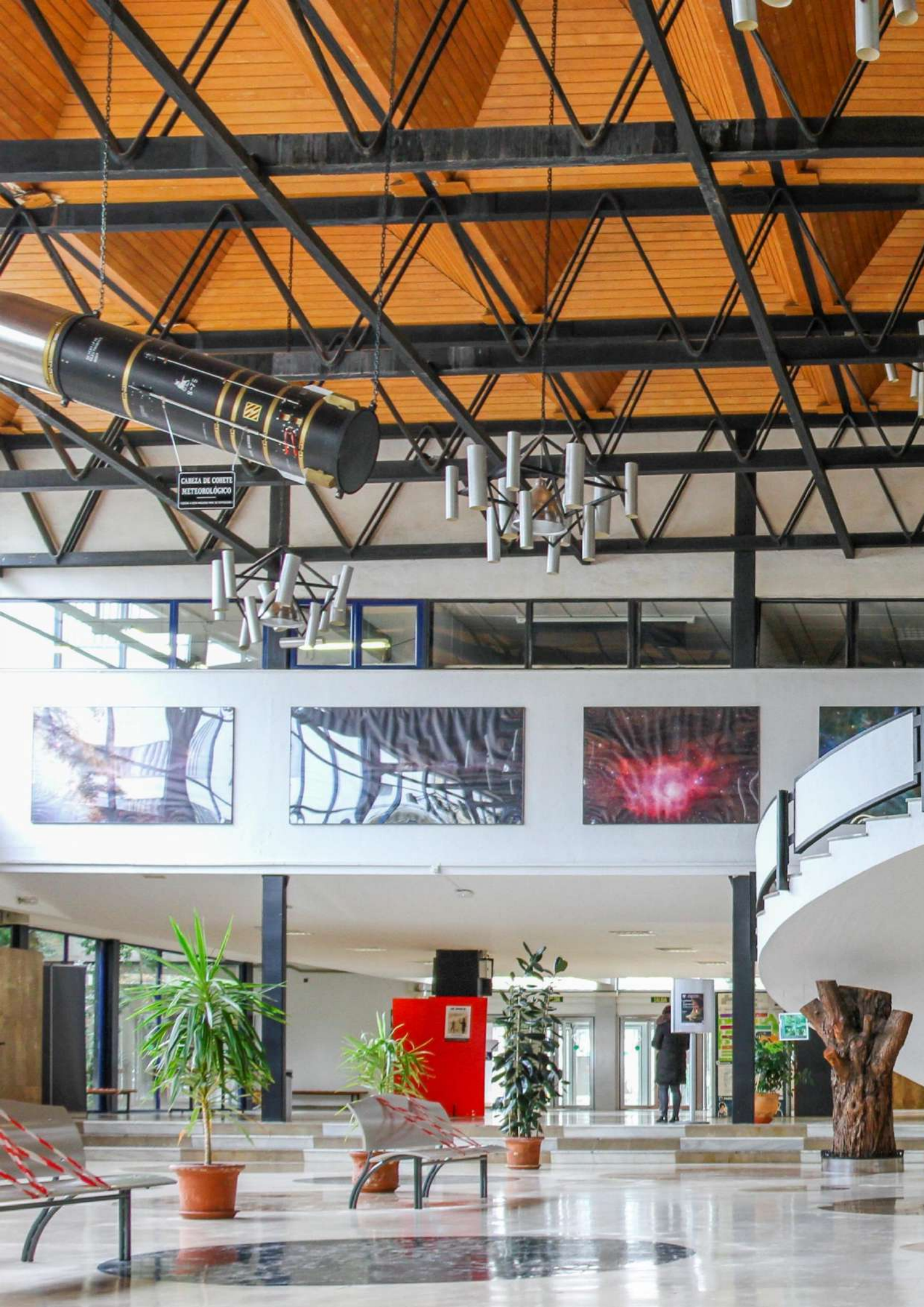


- Mientras que la reputación es una construcción progresiva que refleja una trayectoria sostenida de valoración, la imagen representa una percepción inmediata. Los estudiantes de la UGR muestran una valoración moderadamente alta de la buena imagen de la UGR, que consideran clara y agradable. La valoración de la imagen aumenta progresivamente del grado al máster y al doctorado.
- La satisfacción y la lealtad de los estudiantes con la universidad de Granada son moderadamente alta con una puntuación de 3,9 y 3,7 sobre 5 en la intención de volver a cursar la misma titulación y en la satisfacción global hacia la UGR, respectivamente. Estas puntuaciones no mayores en el doctorado.
- En la red social X (Twitter), la UGR lidera el alcance, ocupa el puesto 11 en aceptación y el 19 en *engagement* de las universidades españolas. En esta red desciende el número de seguidores, posiblemente por el contexto específico en el que se encuentra la red caracterizado por determinados cambios.
- En cuanto a Facebook, la UGR ocupa el puesto 5 en alcance, aunque no está entre las 20 primeras por *engagement*. La tendencia de la UGR en esta red es de crecimiento de su actividad.
- Por alcance en Instagram, la UGR está en octavo lugar, la misma posición en cuanto a *likes* y en posición más relegada en cuanto a la generación de interacciones. La tendencia de la UGR es creciente en seguidores y en producción de contenidos.
- Por número de seguidores en LinkedIn, la UGR ocupa la posición séptima, con tendencia creciente.
- La UGR en TikTok ocupa el puesto octavo por número de seguidores y el 13 por número de *likes*, con una tendencia de importante de crecimiento.
- En suma, la reputación es una consecuencia de la actuación en el tiempo de la institución. Según la opinión de los estudiantes, la UGR tiene una imagen aceptable, muestran una satisfacción y una lealtad notables. La reputación digital de la UGR se caracteriza, con carácter general, con un importante alcance por el número elevado de seguidores; sin embargo, con un nivel de interacción más reducido, algo normal entre las instituciones con mayor número de seguidores.

Capítulo 10

- En La Universidad de Granada, a través de su participación en proyectos estratégicos está consolidando un modelo de universidad comprometida con la transformación social, científica y territorial.
- El proyecto UGR-DONES posiciona a la UGR como un referente internacional en energía de fusión y transferencia de conocimiento científico.
- La UGR se consolida como líder nacional e internacional en inteligencia artificial gracias a una estrategia integral que combina formación, investigación, colaboración empresarial e infraestructuras tecnológicas avanzadas.
- La rehabilitación de la Azucarera de San Isidro convierte a la UGR en un modelo de regeneración urbana sostenible y de innovación multisectorial, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- La participación en la Alianza Arqus refuerza el compromiso de la UGR con una universidad europea inclusiva, multilingüe e innovadora, favoreciendo la movilidad, la cooperación institucional y la excelencia académica.
- El año 2031 es especial puesto que la UGR conmemora su V centenario, al mismo tiempo la ciudad de Granada opta a la candidatura de Capital Europea de la Cultura. Esta iniciativa es un proyecto estratégico de ciudad con una imprescindible participación de la Universidad. Además, el proyecto Horizonte V Centenario no solo conmemora la historia de la UGR, sino que impulsa su transformación futura reforzando su identidad y liderazgo institucional a nivel global





CAMERA DE COBRE
METEOROLOGICO



12

Referencias



Academic Ranking of World Universities (ARWU) (2024). *Academic Ranking of World Universities 2024*. <https://www.shanghairanking.com/rankings/arwu/2024>

Ambargis, Z. O., McCombs, T., & Robbins, C. A. (2011). *Estimating the local economic impacts of university activity using a bill of goods approach* (pp. 1-11). BEA.

Appleseed (2009). *Investing in innovation: Harvard University's impact on the economy of the Boston area*. Nueva York: Princeton University.

Ayuso, S., Sánchez, P., Retolaza, J. L., & Figueras-Maz, M. (2020). Social value analysis: The case of Pompeu Fabra University. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(1), 233-252. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-11-2018-0307>

Bawa, A. C., & Pouris, A. (2023). An assessment of the economic impact of South Africa's public universities. *South African Journal of Science*, 119(9/10). <https://doi.org/10.17159/sajs.2023/14851>

Biggar Economics. (2015). *Economic contribution of the LERU universities*. BiGGAR Economics. <https://www.leru.org/files/Economic-Contribution-of-the-LERU-Universities-Full-paper.pdf>

Biggar Economics. (2017a). *Economic impact of the University of Oxford*. BiGGAR Economics.

Biggar Economics. (2017b). *The economic contribution of the institutions of the ETH Domain: A report to the ETH Board*. BiGGAR Economics. https://ethrat.ch/wp-content/uploads/2021/09/BiGGAR_Studie.pdf

Bindhu, D., Asif, V. A. N., Roopavathi, V., Thyagaraj, N. J. C., D'Silva, R. J., Priyanka, R., Reshma, A., Anusha, A., & Soumya, K. (2025). The organization corporate social responsibility and its impact on company's brand image. En R. K. Hamdan (Ed.), *Tech fusion in business and society* (Vol. 234). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-84636-6_55

Blanco, A. (2025). *Ranking de las universidades españolas más influyentes en (X) Twitter: Sigue sus cuentas oficiales*. <https://www.iberestudios.com/noticias/ranking-de-las-universidades-espanolas-mas-influyentes-en-x-twitter-sigue-sus-cuentas-oficiales/>

Brown, P., & Heaney, M. T. (1997). A note on measuring the economic impact of institutions of higher education. *Research in Higher Education*, 38(2), 229-240. <https://www.jstor.org/stable/40196244>

Bureau of Economic Analysis. (n.d.). *RIMS II: An essential tool for regional developers and planners*. U.S. Department of Commerce. https://www.bea.gov/sites/default/files/methodologies/RIMSII_User_Guide.pdf

- Caffrey, J., & Isaacs, H. (1971). *Estimating the impact of a college or university on the local economy*. American Council on Education. Washington.
- Capriolo, M., Barbato, G., & Turri, M. (2025). Unpackaging universities' local economic impact through a systematic literature review: Between fragmentation and unclear boundaries. *Science and Public Policy*. <https://doi.org/10.1093/scipol/scaf007>
- Capriotti, P., & Zeler, I. (2023). Analysing effective social media communication in higher education institutions. *Humanities And Social Sciences Communications*, 10(1), 1-13.
- Carrigan, M. (2022). How to use social media for public engagement. In *Sage Research Methods: Doing research online*. Sage Publications Ltd. <https://methods.sagepub.com/case/how-to-use-social-media-for-public-engagement>
- Carrigan, M., & Jordan, K. (2022). Platforms and institutions in the post-pandemic university: A case study of social media and the impact agenda. *Postdigital Science and Education*, 4(2), 354-372.
- Carroll, M., & Smith, B. (2006). Estimating the economic impact of universities: The case of Bowling Green State University. *The Industrial Geographer*, 3(2), 1-12.
- Chinnakum, W., Intapan, C., Singvejsakul, J., Wongsirikajorn, M., Thongkaw, B., Eakkapun, P., & Chaiboonsri, C. (2024). The socio-economic impact of university in Thailand: Evidence from Chiang Mai University. *Economies*, 12(12), 339. <https://doi.org/10.3390/economies12120339>
- Chisholm-Burns, M. A., Chang, C. F., & Cooper, S. (2020). Economic contributions of a college of pharmacy to the surrounding communities and state. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 84(2). <https://doi.org/10.5688/ajpe7529>
- Cobo Fernández, M.^a I., González Maldonado, A., & Ruiz del Río, C. (2016). *Impacto económico de la Renta Social Básica. Cantabria 2011-2015* (Doc. N° 4/2016). Instituto Cántabro de Estadística.
- Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) (2024). *La universidad española en cifras: Año 2021 y curso académico 2021/2022* (XIV ed.). CRUE. <https://www.crue.org/wp-content/uploads/2024/06/UEC-2021-2022.pdf>
- Docampo, D., Egret, D., & Cram, L. (2022). An anatomy of the academic ranking of world universities (Shanghai ranking). *SN Social Sciences*, 2(8), 146.
- Dotti, N. F., Spithoven, A., Wautelet, A., & Ysebaert, W. (2020). The 'certain' returns from expenditures for 'uncertain' activities: A local multiplier approach to evaluate regional R&I policy. *European Planning Studies*. <https://doi.org/10.1080/09654313.2020.1758636>
- Elliott, D. S., Levin, S. L., & Meisel, J. B. (1988). Measuring the economic impact of institutions of higher education. *Research in Higher Education*, 28(1), 17-33. <https://www.jstor.org/stable/40195845>
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- EUA (2019). *The role of universities in regional innovation ecosystems*. https://www.eua.eu/images/pdf/eua_innovation_ecosystem_report.pdf
- European Commission (2020). *White paper on artificial intelligence*. https://commission.europa.eu/publications/white-paper-artificial-intelligence-european-approach-excellence-and-trust_en
- Faraoni, N., Luque-Martínez, T., & Doña-Toledo, L. (2023). A bibliometric analysis to reveal the drivers of university reputation. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/08841241.2023.2242804>
- Faraoni, N., Luque-Martínez, T., & Doña-Toledo, L. (2024). Analysis of university online reputation-visibility. The case of Spanish public universities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/08841241.2024.2301777>
- Felsenstein, D. (1996). The university in the metropolitan arena: Impacts and public policy implications. *Urban Studies*, 33(9), 1565-1580.
- Fundación CYD (2025a). *Informe CYD 2024: Cómo se financian las universidades españolas y cuál es el perfil de su personal docente e investigador*. Fundación Conocimiento y Desarrollo. <https://www.fundacioncyd.org/informe-cyd-2024-como-se-financian-las-universidades-espanolas-y-cual-es-el-perfil-de-su-personal-docente-e-investigador/>
- Fundación CYD (2025b). *Inteligencia artificial y universidad: Uso y percepción de la IA en el entorno universitario*. Fundación Conocimiento y Desarrollo. <https://www.fundacioncyd.org/publicaciones-cyd/uso-y-percepcion-de-la-ia-en-el-entorno-universitario/>

- Garrido-Yserte, R., & Gallo-Rivera, M. T. (2010). The impact of the university upon local economy: Three methods to estimate demand-side effects. *The Annals of Regional Science*, 44(1), 39.
- Glückler, J., Panitz, R., & Wuttke, C. (2018). The economic impact of the universities in the state of Baden-Württemberg. En P. Meusbürger, M. Heffernan, & L. Suarsana (Eds.), *Geographies of the university* (Vol. 12, Knowledge and Space series). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-75593-9_15
- Goldstein, H., & Renault, C. (2004). Contributions of universities to regional economic development: A quasi-experimental approach. *Regional Studies*, 38(7), 733-746. <https://doi.org/10.1080/0034340042000265232>
- Goldstein, H., Maier, G., & Luger, M. I. (1995). The university as an instrument for economic and business development: U.S. and European comparisons. En D. D. Dill & B. Sporn (Eds.), *Emerging patterns of social demand and university reform: Through a glass darkly* (pp. 105-133). Pergamon.
- Hassan, S., Read, H., Riley, B., Pugh, A., & Green, A. (2024). *Civic universities and economic impact: A scoping review*. City-REDI, University of Birmingham.
- Hernández Armenteros, J., & Pérez García, J. A. (2024). *La universidad española en cifras (2021/2022)*. CRUE.
- Hobbs, K. G., Link, A. N., & Shelton, T. L. (2020). The regional economic impacts of university research and science parks. *Journal of the Knowledge Economy*, 11(1), 42-56. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0566-5>
- Huggins, R., & Cooke, P. (1997). The economic impact of Cardiff University: Innovation, learning and job generation. *GeoJournal*, 41(4), 325-337.
- Informe SUE (2018). *La contribución socioeconómica del Sistema Universitario Español*. http://dx.medra.org/10.12842/INFORME_SUE_2018
- Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) & Fundación BBVA (2024). *U-Ranking: Indicadores sintéticos del sistema universitario español*. <https://www.u-ranking.es/>
- Joglekar, J., & Tan, C. S. (2022). The impact of LinkedIn posts on employer brand perception and the mediating effects of employer attractiveness and corporate reputation. *Journal of Advances in Management Research*, 19(4), 624-650
- Johansen, T., & Arano, K. (2016). The long-run economic impact of an institution of higher education: Estimating the human capital contribution. *Economic Development Quarterly*, 30(3), 203-214.
- Kelly, U., Marsh, R., & McNicoll, I. (2002). *The impact of higher education institutions on the UK economy*. University of Strathclyde. <https://strathprints.strath.ac.uk/3110/>
- Kethüda, Ö. (2023). Positioning strategies and rankings in the HE: congruence and contradictions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 33(1), 97-123.
- Khalaf, C., Jolley, G. J., & Clouse, C. (2022). The economic impact of small colleges on local economies: A guide to attainable data and best practices. *Economic Development Quarterly*, 36(1), 17-32. <https://doi.org/10.1177/08912424211033655>
- Latif, K. F., Tariq, R., Muneeb, D., Sahibzada, U. F., & Ahmad, S. (2022). University Social Responsibility and performance: The role of service quality, reputation, student satisfaction and trust. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(2), 967-991. <https://doi.org/10.1080/08841241.2022.2139791>
- Lazzeroni, M., & Piccaluga, A. (2015). Beyond 'town and gown': The role of the university in small and medium-sized cities. *Industry and Higher Education*, 29(1), 11-23.
- Luque-Martínez, T. (2025). University Systems and Rankings. Sensitivity And Elasticity Analysis. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-23.
- Luque-Martínez, T., & Faraoni, N. (2020). Meta-ranking to position world universities. *Studies in Higher Education*, 45(4), 819-833.
- Luque-Martínez, T., del Barrio-García, S., & Aguayo-Moral, J. M. (2009). *Estudio del impacto económico de la Universidad de Granada en su entorno*. Editorial Universidad de Granada.
- Luque-Martínez, T., del Barrio-García, S., Doña-Toledo, L., & Faraoni, N. (2020). *Generación de valor de la Universidad de Granada en su entorno: Análisis del impacto económico y social*. Editorial Universidad de Granada.
- Luque-Martínez, T., del Barrio-García, S., Doña-Toledo, L., & Faraoni, N. (2023). Value generation and economic impact of the University of Granada. *Studies in Higher Education*, 48(3), 369-382. <https://doi.org/10.1080/03075079.2022.2138848>

- Luque-Martínez, T., Doña-Toledo, L. & Faraoni, N. (2025). The digital future of Spanish universities: Facing the challenge of a digital transformation. *The Bottom Line*, 38(1), pp. 28-48. <https://doi.org/10.1108/BL-02-2024-0009>
- Luque-Martínez, T., Faraoni, N., & Doña-Toledo, L. (2020). Los rankings académicos y la distribución por género de las universidades. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(2), e261-e261.
- Martínez Estévez, A. (1980). Multiplicadores renta a través de las tablas input-output. *Revista de Economía Política*, (85).
- Martínez, L., & Hayes, C. D. (2013). *Measuring social return on investment for community schools: A case study*. Children's Aid Society.
- McDonald, S. L. (1994). Investment in human and knowledge capital. En S. L. McDonald, M. Holloway, J. Olson, & M. Mohammadioun (Eds.), *Economic contributions of the University of Texas system*. University of Texas, Bureau of Business Research.
- McMahon, W. W. (2009). *Higher learning, greater good: The private and social benefits of higher education*. Johns Hopkins University Press.
- Ohme, A. (2003). *The economic impact of a university on its community and state: Examining trends four years later*. University of Delaware.
- Pastor, J. M., & Peraita, C. (2016). The tax returns of public spending on universities: An estimate with Monte Carlo simulations. *Regional Studies* 50(11), 1863-1875.
- Pastor, J. M., Pérez, F., & De Guevara, J. F. (2013). Measuring the local economic impact of universities: An approach that considers uncertainty. *Higher Education*, 65(5), pp. 539-564.
- Pastor, J. M., Pérez, F., Hernández, L., Soler, Á., & Zaera, I. (2009). *La contribución socioeconómica de las Universidades públicas valencianas*. València: Publicacions de la Universitat de València.
- Pastor, J. M., Serrano, L., Soler, Á., Zaera, I., Pascual, F., Salamanca, J., & Benages, E. (2024). *Las contribuciones sociales y económicas de las universidades públicas valencianas: Quinto informe del SUPV 2023*. Sistema Universitario Público Valenciano. https://www.ivie.es/es_ES/ptproyecto/las-contribuciones-sociales-economicas-las-universidades-publicas-valencianas/
- Pastor, J., Pérez, F. (coord.), Aldás, J., Goerlich, F., Pérez, P., Serrano, L., Catalán, A., Soler, A., & Zaera, I. (2019). *La contribución socioeconómica de las universidades públicas valencianas: Cuarto Informe del SUPV 2018*. Sistema Universitario Público Valenciano.
- Pastor, J.M. (coord.), Aldás-Manzano, J., Serrano, L., Benages, E., & Soler, Á. (2018). *Estudio de la contribución de la Universidad de Córdoba a su entorno económico y social*. Córdoba: Universidad de Córdoba, pp. 254.
- Pastor, J.M., & C. Peraita (2012). *La contribución socioeconómica del Sistema Universitario Español*. Madrid: Ministerio de Educación, Secretaría General de Universidades.
- Pereira, C., Mourato, J., Alves, J., & Serafim, M. (2021). The impact of higher education institutions in low-density territories. *Economies*, 9(3), 112. <https://doi.org/10.3390/economies9030112>
- Pérez Bonaventura, M., & Rodríguez Llorente, C. (2023). Actividad de las universidades en las redes sociales. Correlaciones de rankings, estudiantes, seguidores e interacciones. *Profesional de la Información*, 32(1), e320109
- Peruta, A., & Shields, A. B. (2018). Marketing your university on social media: A content analysis of Facebook post types and formats. *Journal of Marketing for Higher Education*, 28(2), 175-191
- Qazi, Z., Qazi, W., Raza, S. A., & Yousufi, S. Q. (2022). The antecedents affecting university reputation and student satisfaction: A study in higher education context. *Corporate Reputation Review*, 25(4), 253-271. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00126-4>
- Quacquarelli Symonds (QS) (2025). *QS World University Rankings by Subject 2025*. <https://www.topuniversities.com/subject-rankings>
- Rodríguez-Pose, A., & Wang, H. (2025). The local economic impact of the Swedish higher education system. *Regional Studies*. <https://doi.org/10.1080/00343404.2025.2462712>
- Rossi, F., De Silva, M., Pavone, P., Rosli, A., & Yip, N. K. T. (2024). Proximity and impact of university-industry collaborations: A topic detection analysis of impact reports. *Technological Forecasting and Social Change*, 205, 123473. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123473>
- Sánchez, G. (2014). *Impacto económico de la cultura*. Metodologías. Manual Atalaya. <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/impacto-economico-cultura>

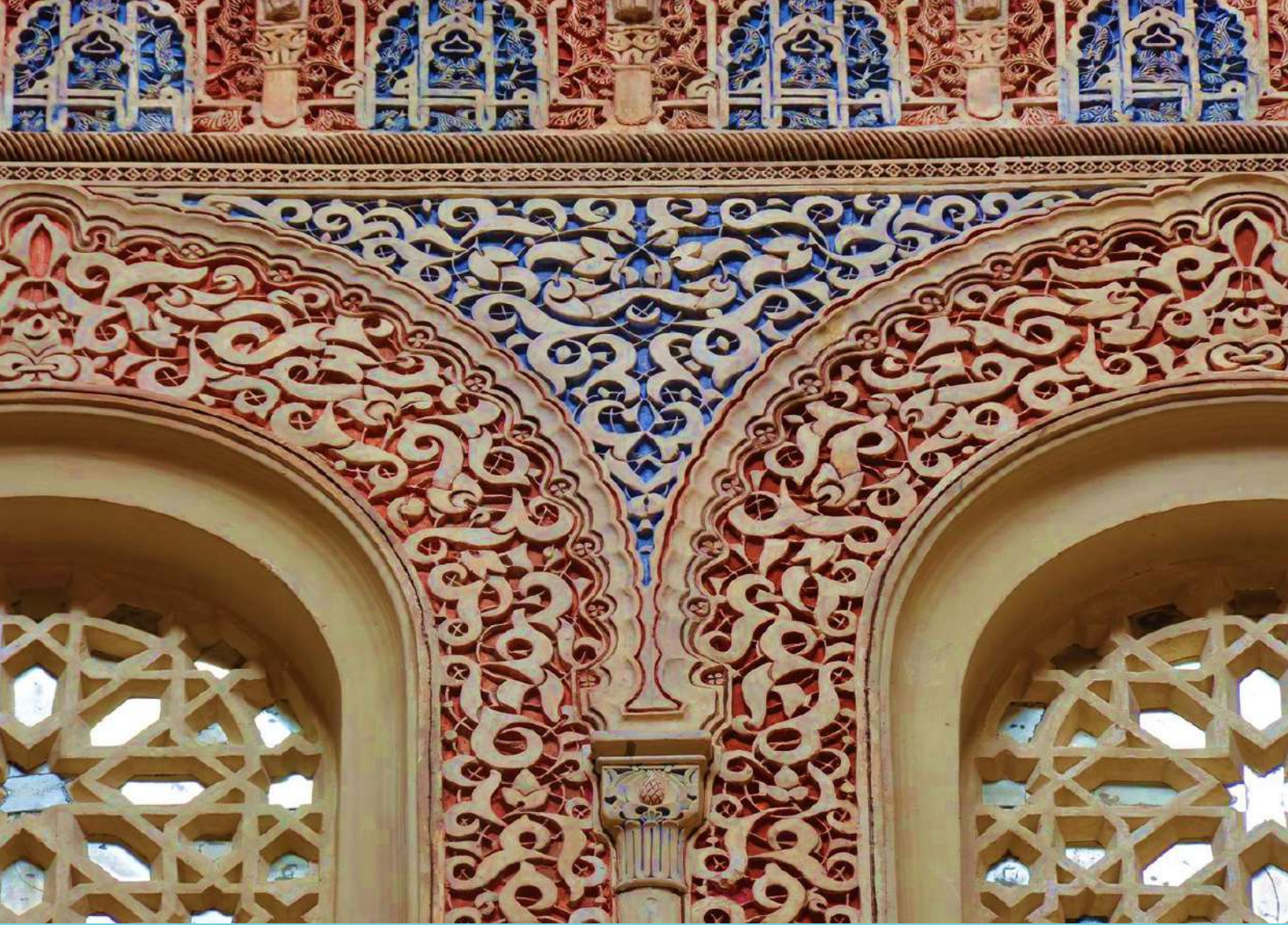
- Sasigain, F. J. (1996). Multiplicadores de empleo en el País Vasco. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, 36, 221-244.
- Scoble, R., Dickson, K., Hanney, S., & Rodgers, G. J. (2010). Institutional strategies for capturing socio-economic impact of academic research. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 32(5), 499-510.
- Siegfried, J. J., Sanderson, A. R., & McHenry, P. (2007). The economic impact of colleges and universities. *Economics of Education Review*, 26(5), 546-558. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2006.07.010>
- Simsa, R., Herndler, M., & Totter, M. (2015). *Meta-analysis of SROI studies – Indicators and proxies (TSI Working Paper Series No. 6)*. Third Sector Impact, Seventh Framework Programme (Grant Agreement 613034), European Union.
- Smilor, R., Dietrich, G., & Gibson, D. (1993). The entrepreneurial university: The role of higher education in the US in technology commercialization and economic development. *International Social Science Journal*, 45(1), 1-11.
- Soete, L., Verspagen, B., & Ziesemer, T. H. W. (2022). Economic impact of public R&D: An international perspective. *Industrial and Corporate Change*, 31(1), 1-18. <https://doi.org/10.1093/icc/dtab066>
- Song, H., Ruan, W., & Park, Y. (2019). Effects of service quality, corporate image, and customer trust on the corporate reputation of airlines. *Sustainability*, 11(12), 3302. <https://doi.org/10.3390/su11123302>
- Srivoravilai, N., Melewar, T. C., Liu, M. J., & Yannopoulou, N. (2011). Value marketing through corporate reputation: An empirical investigation of Thai hospitals. *Journal of Marketing Management*, 27(3-4), 243-268. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2011.54567>
- Suriñach, J., Vayá, E., & Murillo, J. (2023). *Estudio de impacto económico de las universidades públicas españolas: Análisis territorializado para el año 2021*. Ministerio de Universidades. https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2023/06/Report_DEF_120623-1.pdf
- The SROI Network (2012). *A guide to Social Return on Investment*.
- Tomaszewicz, A., & Barczyk, U. C. (2024). The influence of social media on the choice of a university. *European Research Studies Journal*, 27(2), 67-77.
- UNESCO (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. <https://www.unesco.org/en/articles/recommendation-ethics-artificial-intelligence>
- UNESCO (2023). *Marco mundial de indicadores para el seguimiento de la educación en el marco de los ODS*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391349_spa
- van der Vlies, R. (2020). *Digital strategies in education across OECD countries: Exploring education policies on digital technologies*. Paris. https://www.oecd.org/en/publications/digital-strategies-in-education-across-oecd-countries_33dd4c26-en.html
- Vanclay, F. (2003) International principles for social impact assessment. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 21(1), 5-12.
- Véliz, D., & Marshall, P. (2022). Influence of global rankings on strategic planning from the perspective of decision-makers: A case study of a Chilean research university. *Higher Education Quarterly*, 76(3), 638-652.
- Vernon, M. M., Danley, C. M., & Yang, F. M. (2021). Developing a measure of innovation from research in higher education data. *Scientometrics*, 126(6), 3919-3928. <https://doi.org/10.1007/s11192-021-03916-z>
- Vicerrectorado de Calidad, Innovación Docente y Estudios de Grado (2024). *UGR en cifras*. <https://calidad.ugr.es/areas/ugr-en-cifras>
- Weisbrod, G., & Weisbrod, B. (1997). Measuring economic impacts of projects and programs. *Economic Development Research Group*, 10, 1-11.
- Yanagiura, T., & Tateishi, S. (2024). Local economic impact of small, non-research private universities: Evidence from Japan. *Economics of Education Review*, 102, 102576. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2024.102576>
- Yserte, R. G., & Servilab, E. (2007). Un estudio del impacto de la Universidad sobre la economía local: El corredor de Henares, España. *Urbano*, 10(16), 17-21
- Zhang, Q., Larkin, C., & Lucey, B. M. (2017). The economic impact of higher education institutions in Ireland: Evidence from disaggregated input-output tables. *Studies in Higher Education*, 42(9), 1601-1623. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2508614>

Recursos fotográficos:

Oficina de Gestión de la Comunicación de la Universidad de Granada (Vicerrectorado para los campus de Ceuta y Melilla, Planificación Estratégica y Comunicación).

Perfil Flickr de la Universidad de Granada.

Página web de la Ciudad Autónoma de Melilla.



Anexos

Anexo 1. Imputación sectorial del gasto de cada agente

Para poder llevar a cabo la estimación del impacto económico procedente de las actividades de la Universidad de Granada sobre su entorno, hay que proceder con la imputación del gasto de cada agente considerado (Universidad, estudiantes, visitantes, participantes en congresos relacionados con la UGR) entre los diferentes sectores de gasto de la economía del entorno que se ve afectado positivamente por la actividad universitaria. A continuación, se muestran las imputaciones de gastos realizados por cada agente: universidad, estudiantes, visitantes y asistentes a congresos organizados por la UGR.

El gasto realizado por la Universidad de Granada

Con respecto al presupuesto del ejercicio económico de la Universidad de Granada correspondiente al año 2023, los importes se reparten entre “Operaciones corrientes”, en particular, “Gasto de personal” que es el concepto al que corresponde la mayor cantidad, “Gastos corrientes en bienes y servicios”, y “Transferencias corrientes”. Por otro lado, las “Operaciones de capital” se reparten entre “Inversiones reales” y “Transferencia de capital”.

Más detalladamente:

- **Gastos de personal:** La partida de gasto referida a los gastos de personal se reparte entre “Economía doméstica”, “Servicios financieros y de seguros”; y “Administración pública, defensa y seguridad social”.
- **Transferencias corrientes (a empresas y otros entes):** Los importes correspondientes a esta partida de gastos se reparten entre “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”, “Educación”, y “Otras actividades sociales y asistenciales”.
- **Transferencias corrientes (a familias e instituciones sin ánimo de lucro):** Esta partida de gastos se divide entre diferentes conceptos: “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”; “Administración pública, defensa y seguridad social”; “Educación”; “Sanidad y servicios sociales”; “Otras actividades sociales y asistenciales”; y “Economías domésticas”.
- **Arrendamientos y cánones:** La partida de gastos referida a los arrendamientos y cánones se resume en gastos de “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Reparaciones, Mantenimiento y Conservación:** Los importes que se refieren a los gastos de reparación, mantenimiento y conservación se reparten entre los siguientes conceptos: “Industria madera, mueble y corcho”; “Maquinaria y equipos”; “Equipos informáticos, electrónicos y similares”; “Material de transporte”; “Otras manufacturas”; “Servicios de reparaciones”; y “Construcción y materiales de construcción”.
- **Material, Suministros y Otros:** El reparto de los gastos referentes a materiales, suministros y otros se hace entre “Industrias extractivas y energía”; “Procesado de alimentos (carne, pescado, etc.), bebidas y de conservas”; “Industria madera, mueble y corcho”; “Industria del papel, gráficas y reproducción”; “Material de transporte”; “Otras manufacturas”; “Servicios de reparaciones”; “Comercio y restauración”; “Servicios de alojamiento”; “Comunicaciones, transporte y logística”; “Servicios financieros y de seguros”; “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”; “Educación”; “Otras actividades sociales y asistenciales”; y “Economías domésticas”.

- **Indemnizaciones por razón del servicio (dietas, locomoción, otras indemnizaciones):** La partida de gastos referida a indemnizaciones se reparte entre “Servicios de alojamiento”; “Comunicaciones, transporte y logística”; “Servicios financieros y de seguros”; y “Economías domésticas”.
- **Inversiones de carácter material:** Los gastos de inversiones de carácter material se dividen entre los siguientes conceptos: “Industria madera, mueble y corcho”; “Industria del papel, gráficas y reproducción”; “Equipos informáticos, electrónicos y similares”; “Material de transporte”; y “Construcción y materiales de construcción”.
- **Gastos en inversiones de carácter inmaterial:** Los importes de gastos de inversiones de carácter inmaterial se distribuyen entre “Industria del papel, gráficas y reproducción”; “Industria química y farmacéutica”; “Equipos informáticos, electrónicos y similares”; “Otras manufacturas”; “Servicios de reparaciones”; “Comunicaciones, transporte y logística”; “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”; “Educación”; y “Economías domésticas”.
- **Inversiones de reposición:** Los gastos de inversiones de reposición se comparten entre los conceptos de “Industria del papel, gráficas y reproducción”; “Maquinaria y equipos”; “Equipos informáticos, electrónicos y similares”; “Servicios de reparaciones”; y “Construcción y materiales de construcción”.
- **Transferencias de capital:** Por último, los importes de gasto de transferencia de capital se dividen entre “Maquinaria y equipos”; “Construcción y materiales de construcción”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.

El gasto realizado por los estudiantes de la Universidad de Granada

A través de la TIO se pueden distribuir los gastos efectuados por los estudiantes de la Universidad de Granada y directamente atribuibles a la misma, según las ramas de actividad consideradas. Esta información procede de una encuesta distribuida entre todos los estudiantes de la Universidad de Granada durante el curso académico 2018/2019. En los siguientes párrafos se detallan las ramas de actividad con sus respectivos conceptos.

Más detalladamente:

- **Salud:** Los gastos de los estudiantes imputables a salud se resumen en el concepto relativo a “Sanidad y servicios sociales”.
- **Mobiliario y equipamiento del hogar:** Con respecto a la partida de gastos referentes a mobiliario y equipamientos, los conceptos se distribuyen así: “Industria madera, mueble y corcho”; “Comercio y restauración”; “Comunicaciones, transporte y logística”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Ordenadores (software y hardware):** La partida de gastos de ordenadores se reparten entre “Equipos informáticos, electrónicos y similares”; “Servicios de reparaciones”; “Comunicaciones, transporte y logística”; “Servicios financieros y de seguros”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.

- **Alimentación en comedores universitarios:** Los gastos de alimentación en comedores universitarios se resumen en el concepto “Comercio y restauración”.
- **Alimentación y bebidas en el hogar:** Por otro lado, los gastos de alimentación y bebida dentro del hogar se reparten entre “Agricultura, ganadería, caza y pesca”; “Procesado de alimentos (carne, pescado, etc.), bebidas y de conservas”; “Comercio y restauración”; y “Comunicaciones, transporte y logística”.
- **Tabaco, chucherías, otros:** Los importes referidos a los gastos de tabaco, chucherías y productos similares se pueden dividir entre “Procesado de alimentos (carne, pescado, etc.), bebidas y de conservas”; y “Comercio y restauración”.
- **Artículos de vestir y calzado:** La partida de gastos de ropa y calzado se distribuye entre “Industria textil, cuero y calzado”; “Comercio y restauración”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Vivienda:** Con respecto a los gastos de vivienda, los importes se comparten entre con los siguientes conceptos: “Industrias extractivas y energía”; “Industria madera, mueble y corcho”; “Industria química y farmacéutica”; “Industria de metal”; “Equipos informáticos, electrónicos y similares”; “Otras manufacturas”; “Servicios de reparaciones”; “Comercio y restauración”; “Comunicaciones, transporte y logística”; y, por último, “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Transporte público y privado:** Los gastos de transporte se resumen en “Comunicaciones, transporte y logística”.
- **Comunicaciones:** Igualmente, los gastos relativos a comunicaciones se resumen en el concepto de “Comunicaciones, transporte y logística”.
- **Libros, revistas y diarios, fotocopia, material docente:** Con respecto a los importes de gasto en papelería, se distribuyen entre los diferentes conceptos de la siguiente forma: “Industria del papel, gráficas y reproducción”; “Comercio y restauración”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Espectáculos y Ocio:** La partida de gastos de espectáculos y de ocio en general se divide entre “Comercio y restauración”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Cursos de formación:** Los gastos de cursos de formación pertenecen a la rama de “Educación”.
- **Peluquería, aseo, etc.:** Finalmente, los gastos de peluquería y de cuidado de la persona se pueden distribuir entre “Comercio y restauración”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.

El gasto realizado por los visitantes relacionados con la Universidad de Granada

Los visitantes que crean algún tipo de impacto debido a la presencia de la Universidad de Granada, reparten sus gastos entre cinco grandes grupos: Alojamiento, Transportes, Bares y Restaurantes, Actividades, y “Varios”. A continuación, se detallan estos gastos y las imputaciones a las diferentes ramas de la TIO.

- **Alojamiento:** Los gastos de alojamiento de los visitantes se resumen en el concepto de “Servicios de alojamiento”.
- **Transportes:** La partida de gastos que se refiere a los relacionado con el transporte se distribuye entre los conceptos de “Industrias extractivas y energía”; “Comunicaciones, transporte y logística”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Bares y restaurantes:** Los importes de gasto referidos a bares y restaurantes, se reparten de la siguiente manera: “Agricultura, ganadería, caza y pesca”; “Industrias extractivas y energía”; “Procesado de alimentos (carne, pescado, etc.), bebidas y de conservas”; “Comercio y restauración”; y, finalmente, “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Actividades:** Los gastos de las actividades de los visitantes se reparten entre “Comercio y restauración”; “Comunicaciones, transporte y logística”; “Servicios financieros y de seguros”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.
- **Varios:** Por último, otros gastos se resumen en el concepto de “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.

El gasto realizado por los asistentes a congresos relacionados con la Universidad de Granada

Los gastos generados por la actividad relacionada a congresos de la Universidad de Granada para el curso académico 2018/2019 se distribuyen en una sola partida. Los conceptos que forman parte de esta partida de gastos son: “Agricultura, ganadería, caza y pesca”; “Industrias extractivas y energía”; “Procesado de alimentos (carne, pescado, etc.), bebidas y de conservas”; “Industria del papel, gráficas y reproducción”; “Construcción y materiales de construcción”; “Comercio y restauración”; “Servicios de alojamiento”; “Comunicaciones, transporte y logística”; y “Servicios inmobiliarios y otros servicios empresariales”.

Anexo 2. Análisis del gasto de los estudiantes de la UGR

Bloque I. Residencia

P1. Por favor, señala tu residencia familiar habitual durante el presente curso	
Granada capital	Sí/No
Por favor, incluir código postal	
Provincia Granada	Sí/No
Por favor, incluir código postal	
Ciudad Autónoma de Ceuta	Sí/No
Por favor, incluir código postal	
Ciudad Autónoma de Melilla	Sí/No
Por favor, incluir código postal	
Resto de España	Sí/No
Por favor, incluir código postal	
Unión Europea	Sí/No
Otros países	Sí/No

P2. Durante el presente curso resides en el domicilio familiar?	Sí/No
---	-------

(Si es NO pasar a P3, si es SÍ pasar a P5)

P3. Por favor, señala dónde te estás alojando en la actualidad (en caso de más de un alojamiento indica el que has pasado más tiempo)	
Vivienda propiedad de la familia distinta del domicilio familiar	Sí/No
Vivienda alquilada	Sí/No
Colegio Mayor	Sí/No
Residencia Universitaria	Sí/No
Otro tipo de alojamiento	Sí/No

P4. ¿Cuántos meses residirás en Granada/Ceuta/Melilla durante el presente curso?	
Número de meses (entre 1 y 10)	

P5. ¿Qué hubieras hecho si no hubieras podido cursar estudios en la Universidad de Granada en el presente curso?	
Estudiar en otra universidad	Sí/No

Bloque II: Presupuesto de gasto anual (gasto realizando en Granada/Provincia. Granada, Ceuta o Melilla) Por favor, piensa detenidamente y ten en cuenta que se refiere a GASTO ANUAL.

P6. Con respecto a la siguiente lista de GASTOS QUE SON POCO FRECUENTES, señala cuánto puedes gastar en un AÑO aproximadamente en cada uno de ellos.

(Importante: cuando se reside en vivienda de padres o familiares, no incluir los gastos comunes, INCLUIR SOLAMENTE LOS QUE PAGUES DIRECTAMENTE TÚ)

Concepto de gasto	Euros/año
P6.1 Salud (seguros, dentistas, oftalmólogos, consultas privadas, medicamentos, etc.)	
P6.2 Mobiliario, equipamiento del hogar y pequeños electrodomésticos	
P6.3 Ordenadores (software y hardware), tablets, smartphones, Apps, etc.	
P6.4 Viajes fuera de la provincia de Granada/Ceuta/Melilla	

Bloque III: Presupuesto de gasto mensual (gasto realizando en Granada/Provincia. Granada, Ceuta o Melilla) Por favor, piensa detenidamente y ten en cuenta que se refiere a GASTO MENSUAL

P7. Con respecto a la siguiente lista de GASTOS MÁS FRECUENTES, señala cuánto gastas al MES aproximadamente en cada uno de ellos

(Importante: cuando se reside en vivienda de padres o familiares, no incluir los gastos comunes, INCLUIR SOLAMENTE LOS QUE PAGUES DIRECTAMENTE TÚ)

Concepto de gasto	Euros/año
P7.1 Alimentación en comedores universitarios, cafeterías de facultades/escuelas y otros establecimientos	
P7.2 Alimentación y bebidas en el hogar	
P7.3 Tabaco, vapeadores, golosinas, snacks, etc.	
P7.4 Ropa y calzado	
P7.5 Vivienda (incluye alquiler, comunidad, agua, electricidad, gas)	
P7.6 Transporte público (bus, metro)	
P7.7 Transporte privado (carburante y mantenimiento)	
P7.8 Tecnologías de la comunicación (telefonía, fibra)	
P7.9 Libros, revistas y diarios	
P7.10 Espectáculos (cine, conciertos, teatro, música, etc.)	
P7.11 Ocio (gimnasio, otras actividades deportivas, discotecas, bares, restaurantes, etc.)	
P7.12 Fotocopias, encuadernaciones y otro material docente	
P7.13 Cursos de formación (cursos de idiomas, especialización, etc.) SE EXCLUYE MATRÍCULA UNIVERSITARIA	
P7.14 Peluquería, aseo, limpieza y cuidado personal	
P7.15 Otros gastos imprevistos (gastos inesperados que podrían incluir reparaciones o situaciones de emergencia)	

Bloque IV: Motivos de acceso a los estudios

P8. Indica la importancia que tuvieron los siguientes motivos en la elección de tu carrera universitaria (1 = ninguna, 2 = poca, 3 = moderada, 4= bastante, 5 = mucha)						
	Ninguna	Poca	Moderada	Bastante	Mucha	NS/NC
P8.1 Por tradición/recomendación familiar	1	2	3	4	5	NS/NC
P8.2 Por vocación	1	2	3	4	5	NS/NC
P8.3 Por recomendación de otras personas	1	2	3	4	5	NS/NC
P8.4 Por la imposibilidad de poder elegir otra carrera	1	2	3	4	5	NS/NC
P8.5 Por sus salidas profesionales	1	2	3	4	5	NS/NC
P8.6 Por ampliar conocimientos/crecimiento intelectual	1	2	3	4	5	NS/NC
P8.7 Por el prestigio de la UGR	1	2	3	4	5	NS/NC
P8.8 Por la posición de la UGR en los rankings internacionales	1	2	3	4	5	NS/NC

Bloque V: imagen y satisfacción con la Universidad de Granada

P9. Por favor, señala tu grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones (1: Totalmente en desacuerdo; 5: Totalmente de acuerdo)						
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	NS/NC
P9.1 Tengo una buena imagen de la UGR	1	2	3	4	5	NS/NC
P9.2 Tengo una imagen clara de la UGR	1	2	3	4	5	NS/NC
P9.3 Tengo una imagen agradable de la UGR	1	2	3	4	5	NS/NC
P9.4 En términos generales, estoy satisfecho/a con la UGR	1	2	3	4	5	NS/NC
P9.5 Volvería a cursar la misma titulación si tuviera que comenzar nuevamente mis estudios universitarios	1	2	3	4	5	NS/NC
P9.6 Volvería a cursar otra titulación en la UGR	1	2	3	4	5	NS/NC

Bloque VI: total visitas recibidas o que estimas recibir durante el presente curso

P10. ¿Has recibido o prevés recibir visitas durante el presente curso de familiares o amigos que se alojaron en establecimientos hoteleros o extra-hoteleros (albergues, apartamentos, Airbnb, etc.)?	SI/NO
P11. Número de ese tipo de visitas que estimas tendrás durante el curso	
P 12. Por termino medio ¿cuántas personas estimas que recibirás por visita?	
P 13. Por término medio, ¿número de días que estimas que durará la visita?	

Bloque VII: Características del estudiantado

P14. ¿Qué estudios estás cursando? (Indicar el TÍTULO PRINCIPAL , en caso de hacer dos)	
Grado	
Máster Oficial	
Máster Propio	
Doctorado	

P15. ¿Cuál de las siguientes situaciones representa mejor tu situación?	
Estudiante de la UGR	
Estudiante de otra universidad extranjera pero de intercambio: ERASMUS o de otro tipo	
Estudiante de otra universidad española pero de intercambio: SICUE o de otro tipo	

P16. ¿En qué campus estás estudiando?	
Campus de Granada	
Campus de Ceuta	
Campus de Melilla	

P17. Edad	
-----------	--

P18. Género	
Mujer	
Hombre	
Otro	

Muchas gracias por tu colaboración

Generación de valor de la UGR en su entorno.
Análisis del impacto económico y social (2023)



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

