Análisis del valor social integrado de una universidad pública

Una aproximación al caso de la Universidad Pompeu Fabra

Silvia Ayuso
Pablo Sánchez
José Luis Retolaza

Documento de trabajo nº 24
Julio 2017

Los contenidos de este documento son propiedad de sus autores y de ESCI-UPF, y queda prohibido su uso para finalidades comerciales. Se permite su difusión para finalidades formativas, de promoción y sensibilización, siempre haciendo referencia a la fuente original y autoría.

http://mango.esci.upf.edu

Depósito legal: B–19363-2017

Análisis del valor social integrado de una universidad pública
Una aproximación al caso de la Universidad Pompeu Fabra

Silvia Ayuso
Pablo Sánchez
José Luis Retolaza

ESCI-UPF School of International Studies
Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa
Documento de trabajo nº 24
Julio 2017

Índice

0. Resumen ejecutivo / Resum executiu / Executive summary 1
1. Introducción 3
2. El valor social de la universidad 4
3. Metodología: Cuantificación del valor social integrado (VSI) 8
4. Análisis del valor social generado por la Universidad Pompeu Fabra .. 12
4.1. Presentación de la Universidad Pompeu Fabra y definición del alcance del análisis 12
4.2. Identificación de los grupos de interés 15
4.3. Identificación de las variables de valor 15
4.4. Monetización de los indicadores 19
4.5. Cálculo y visualización del valor social generado 26
4.5.1. Valor social generado por la actividad económica 26
4.5.2. Retorno económico a las Administraciones Públicas 29
4.5.3. Valor social específico 29
4.5.4. Valor social integrado 37
5. Conclusiones 41
Referencias 43
Anexo 1: Listado de personas entrevistadas (por orden alfabético) 45
Anexo 2: Guion para la entrevista con representantes de los stakeholders 47
Anexo 3: Variables de valor percibidas en las entrevistas 48
Anexo 4: Panel de expertos para la revisión del proceso de monetización de los indicadores de valor social 50
Anexo 5: Valor económico social indirecto de proveedores de explotación de la UPF 51
Anexo 6: Valor económico social indirecto de proveedores de inversión de la UPF 52
Anexo 7: Matriz de valor social de mercado de la UPF (2015) 53
Anexo 8: Indicadores utilizados para el cálculo del valor social específico (VASE) 55
Información sobre los autores 57
Agradecimientos 59

Figuras

Figura 1: Modelo poliédrico de análisis del valor social integrado 9
Figura 2: Fases de la cuantificación del VSI (proceso SPOLY)..... 10
Figura 3: Precios anuales de tutoría de doctorado en universidades privadas catalanas 23
Figura 4: Tipologías de valor social 26
Figura 5: Generación de valor social integrado por la UPF (2015)..... 39
Figura 6: Modelo poliédrico de análisis del VSI aplicado a la UPF (2015) 40

Tablas

Tabla 1: Efectos de la universidad sobre el entorno socioeconómico 4
Tabla 2: Grupos de interés de la UPF 15
Tabla 3: Matriz de intereses: intereses conjuntos de los stakeholders de la UPF 17
Tabla 4: Indicadores y proxies utilizados para la cuantificación del valor social 20
Tabla 5: Impacto social directo de la actividad económica de la UPF..... 27
Tabla 6: Impacto social indirecto de proveedores de explotación de la UPF ... 28
Tabla 7: Impacto social indirecto de proveedores de inversión de la UPF 29
Tabla 8: Matriz de valor social específico de la UPF (2015) 31
Tabla 9: Resultados del valor social integrado de la UPF (2015)..... 38

Cuadros

Cuadro 1: Principales impactos de las universidades públicas catalanas en la sociedad 6
Cuadro 2: Misión y visión de la Universidad Pompeu Fabra 13
Cuadro 3: Dimensiones de la Universidad Pompeu Fabra (curso 2015-16) 14

0. Resumen ejecutivo / Resum executiu / Executive summary

RESUMEN EJECUTIVO:

El presente estudio tiene como objetivo analizar y cuantificar en términos monetarios el valor social generado por la Universidad Pompeu Fabra (UPF), aplicando la metodología de cuantificación del valor social integrado (VSI). Esta metodología se basa en un modelo poliédrico de análisis, que permite objetivar el valor creado por una organización para el conjunto de sus grupos de interés, y sigue un proceso (llamado SPOLY) que consta de una serie de fases. El primer paso consiste en la identificación de los grupos de interés. Posteriormente se identifican las variables de valor percibidas, mediante entrevistas en profundidad realizadas a representantes escogidos de los diferentes grupos de interés. Las variables de valor obtenidas de las entrevistas se plasman en una matriz de intereses, y se buscan indicadores y *proxies* (aproximaciones al valor) adecuados que permitan su monetización mediante algoritmos de cálculo. Finalmente, se calcula el VSI, que incluye tanto el valor social generado a través de la actividad económica – capturado por indicadores de contabilidad - como el valor social específico generado a los diferentes *stakeholders* mediante relaciones ajenas a la transacción de mercado - y monetizado con ayuda de los indicadores y *proxies* utilizados. A pesar de que se trata de una primera aproximación con datos parciales, el valor social específico de la UPF obtenido para el año 2015 (170.222.157 €) supera ampliamente el valor social generado por su actividad económica en ese ejercicio (110.462.908 €). Asimismo, cabe señalar que el VSI consolidado de 247.757.999 € de la UPF representa más de cuatro veces el importe recibido de financiación pública.

RESUM EXECUTIU:

El present estudi té com a objectiu analitzar i quantificar en termes monetaris el valor social generat per la Universitat Pompeu Fabra (UPF), aplicant la metodologia de quantificació del valor social integrat (VSI). Aquesta metodologia es basa en un model polièdric d'anàlisi, que permet objectivar el valor creat per una organització per al conjunt dels seus grups d'interès, i segueix un procés (anomenat SPOLY) que consta d'una sèrie de fases. El primer pas consisteix en la identificació dels grups d'interès. Posteriorment s'identifiquen les variables de valor percebudes, mitjançant entrevistes en profunditat realitzades a representants escollits dels diferents grups d'interès. Les variables de valor obtingudes de les entrevistes es plasmen en una matriu d'interessos, i es busquen indicadors i *proxies* (aproximacions al valor) adequats que permetin la seva monetització mitjançant algoritmes de càlcul. Finalment, es calcula el VSI, que inclou tant el valor social generat a través de l'activitat econòmica - capturat per indicadors de comptabilitat- com el valor social específic generat als diferents *stakeholders* mitjançant relacions alienes a la transacció de mercat - i monetitzat amb ajuda dels indicadors i *proxies*

utilitzats. Tot i que es tracta d'una primera aproximació amb dades parcials, el valor social específic de la UPF obtingut per a l'any 2015 (170.222.157 €) supera àmpliament el valor social generat per la seva activitat econòmica en aquest exercici (110.462.908 €). Així mateix, cal assenyalar que el VSI consolidat de 247.757.999 € de la UPF representa més de quatre vegades l'import rebut de finançament públic.

EXECUTIVE SUMMARY:

The present study aims to analyse and quantify in monetary terms the social value generated by Pompeu Fabra University (UPF), applying the methodology of integrated social value (VSI) quantification. This methodology is based on a polyhedral model of analysis, which allows to objectify the value created by an organization for all its stakeholders, and follows a process (called SPOLY) that consists of a series of phases. The first step is to identify the stakeholders. Subsequently, the perceived value variables are identified through in-depth interviews with selected representatives of the different stakeholder groups. The value variables obtained from the interviews are reflected in an interest matrix, and adequate indicators and proxies (value approximations) are used that allow their monetization by calculation algorithms. Finally, the VSI is calculated, which includes both the social value generated through economic activity - captured by accounting indicators - and the specific social value generated for different stakeholders through relations outside market transactions - and monetized by means of the used indicators and proxies. Although this is a first approximation with partial data, the specific social value of the UPF obtained for 2015 (170,222,157 €) far exceeds the social value generated by its economic activity in that year (110,462,908 €). It should also be noted that UPF's consolidated VSI of 247,757,999 € represents more than four times the amount received from public funding.

1. Introducción

Todos estamos de acuerdo en que las universidades desempeñan un papel fundamental en nuestra sociedad mediante la educación de las generaciones futuras, la realización de investigaciones y la transferencia de conocimiento. Pero, ¿cómo podemos entender mejor el valor creado por la universidad para el conjunto de la sociedad? El presente trabajo tiene como objetivo analizar y cuantificar en términos monetarios el valor social generado por la Universidad Pompeu Fabra, aplicando la metodología de cuantificación del valor social integrado (VSI) desarrollada por el Dr. José Luis Retolaza y otros. Esta metodología combina un análisis cualitativo y cuantitativo. El análisis cualitativo busca evaluar los impactos que la entidad genera, los mecanismos de tales impactos y la extensión de los beneficios a los grupos de interés, basándose en la realización de entrevistas en profundidad a representantes de todos estos *stakeholders.* El análisis cuantitativo se centra en la cuantificación del valor percibido a través del desarrollo de indicadores y *proxies* (aproximaciones al valor) que permitan monetizar el valor generado para los principales grupos de interés. Mediante la realización de este estudio se proporcionará una metodología y un marco de contabilidad social, que podrá ser utilizado por instituciones similares de educación superior.

La evaluación del valor social generado por las instituciones de educación superior es relevante por varias razones. En primer lugar, representa un ejercicio de rendición de cuentas o *accountability* y justificación del uso de recursos públicos. En segundo lugar, responde a un creciente interés por parte de las instituciones universitarias de mejorar la gestión interna de sus recursos y alinearla con las misiones específicas y planteamientos estratégicos. Y en tercer lugar, permite mejorar el compromiso y el diálogo con todos los grupos de interés, sobre cómo estas instituciones están contribuyendo al progreso y bienestar a nivel local y global.

El informe sigue la siguiente estructura: en el capítulo 2 se aborda la problemática sobre el análisis del valor social de la universidad y se revisan estudios anteriores en este ámbito. En el Capítulo 3 se introduce brevemente la metodología de cuantificación del valor social integrado (VSI) utilizada en este trabajo. Posteriormente, el capítulo 4 describe el perfil, composición y actividades de la Universidad Pompeu Fabra, y presenta de forma secuenciada las fases de cuantificación del valor social integrado en el caso de la universidad analizada. El capítulo 5 cierra el informe con las reflexiones y conclusiones derivadas de la realización de este trabajo.

2. El valor social de la universidad

Las universidades generan múltiples impactos sobre la sociedad, la vida política, la cultura y la economía. La literatura que se ocupa de los impactos de las universidades sobre el entorno muestra la existencia de varios ámbitos de incidencia y diversos efectos que están directa o indirectamente relacionados (véase Tabla 1). Asimismo, las herramientas utilizadas para estudiar el impacto de la universidad sobre el entorno socioeconómico son diversas, pero pueden agruparse en dos grandes tipos: los estudios de impacto del gasto y los estudios de impacto del conocimiento (Florax, 1992 citado en Segarra *et al*., 2011). Los primeros estudian los impactos que se derivan del gasto que hacen las universidades debido a su actividad (como institución, los estudiantes, su personal docente e investigador y el personal de administración y servicios). Este gasto afecta directa e indirectamente la demanda local y consecuentemente genera un impacto económico sobre la producción de bienes y servicios a corto plazo. Los segundos tratan de analizar los efectos relacionados con la generación de conocimiento realizada por las universidades, es decir, los efectos que se derivan de las tres misiones básicas de la universidad: docencia, investigación y transferencia del conocimiento. Estos efectos originados por los resultados universitarios - titulados universitarios, producción científica, desarrollo tecnológico etc. - se manifiestan a largo plazo y provocan externalidades positivas que influyen en el desarrollo y la mejora del crecimiento económico y del bienestar social.

Tabla 1: Efectos de la universidad sobre el entorno socioeconómico

Ámbito	Ejemplos
Político	Cambios en la estructura política, aumento de la participación ciudadana, mejoras en la organización de procesos políticos
Demográfico	Efectos sobre la dimensión, estructura y movilidad de la población
Económico	Efectos sobre la renta regional, la estructura productiva, el mercado de trabajo o la movilidad del trabajo
Infraestructural	Efectos sobre la vivienda, el tráfico, los servicios médicos, el comercio
Cultural	Mayor oferta y demanda de productos y servicios culturales, influencia sobre el ambiente cultural
Educacional	Efectos sobre la tasa de actividad, cambios en la cualidad de la educación
Social	Efectos sobre la calidad de vida, la influencia de los estudiantes, influencia sobre la imagen de la región y de la identidad regional

Fuente: Florax (1992), citado en Segarra *et al*. (2011)

Los estudios de impacto del gasto de las universidades suelen utilizar la metodología propuesta por el modelo *input-output*, que permite calcular cómo un estímulo de la actividad de una universidad se traduce en una serie de efectos directos, indirectos e inducidos sobre la demanda final, la producción, el valor añadido, el empleo y otras variables económicas relevantes. En España, al igual que en otros países, ya son muchas las universidades que han analizado su impacto económico en la economía local a través de metodologías *input-output*.

La valoración de los efectos derivados del conocimiento generado por las universidades es más compleja y controvertida, entre otras razones por la falta de datos precisos disponibles. Existen algunos trabajos que intentan analizar, mediante indicadores cualitativos y cuantitativos, los impactos de los resultados universitarios sobre el crecimiento económico (Carreras & Rigall, 2008; Pérez *et al*., 2015; Segarra *et al*., 2011; Torres *et al*., 2010). Pero se trata de evaluaciones parciales sobre aspectos concretos (porcentaje de titulados universitarios, número de publicaciones científicas, acciones de I+D contratadas, etc.) que no abordan de forma integral el impacto de la actividad universitaria sobre la sociedad, ni las repercusiones sociales y económicas de los recursos públicos destinados a ella.

La Asociación Catalana de Universidades Públicas publicó en el año 2011 un informe titulado “Impactos de las universidades públicas catalanas en la sociedad *(Impactes de les universitats públiques catalanes a la societat*)” (ACUP, 2011), con la voluntad de mostrar las diversas vertientes de la actividad universitaria y sus impactos directos e indirectos en la sociedad y el progreso económico, social, cultural y tecnológico. El estudio define cuatro grandes ámbitos de impacto de la actividad universitaria a la sociedad, que son la formación y el capital humano, la investigación científica, el desarrollo social y cultural, y la innovación y el progreso económico. En cada uno de los cuatro ámbitos, se analizan diversos indicadores y datos en relación a la actividad y el impacto de las universidades, siempre a partir de fuentes de información y estadísticas existentes (véase Cuadro 1). Sin embargo, es difícil concebir la magnitud total del impacto social con la diversidad de métricas utilizadas.

Cuadro 1: Principales impactos de las universidades públicas catalanas en la sociedad

Formación y capital humano

a) Movilidad social y acceso a los estudios universitarios
b) Becas y ayudas a los estudiantes
c) Formación aplicada y en habilidades
d) Formación internacional
e) Formación de investigadores y doctores
f) Formación continua
g) Inserción y situación laboral de los graduados
h) Satisfacción de los graduados y adecuación formación-trabajo

Investigación científica

a) Inversión en I+D
b) Personal investigador
c) Grupos y centros de investigación
d) Producción científica
e) Calidad de la producción científica
f) Eficiencia de la producción científica
g) Captación de recursos

Desarrollo social y cultural

a) Compromiso en la inclusión social: autonomía personal, igualdad y reconocimiento de la diversidad
b) Compromiso territorial y ambiental
c) Compromiso social en acciones específicas y en cooperación internacional

Innovación y progreso económico

a) Impacto económico directo e indirecto
b) Ocupación y tipología
c) Principales sectores de demanda
d) Gasto en innovación tecnológica
e) Colaboración universidad-empresa
f) Generación de patentes
g) Creación de empresas de base tecnológica

Fuente: ACUP (2011)

Con el fin de poder comparar los impactos sociales con los impactos económicos, en el Reino Unido ha habido algunas iniciativas interesantes que tratan de medir el valor social generado por las universidades en términos monetarios. Así, la New Economics Foundation aplica los principios del *Social Return on Investment* (SROI) para estimar algunas de las contribuciones de las universidades a la sociedad británica (mayor interés político, confianza interpersonal superior y mejor salud) y cuantificar el valor generado para las comunidades locales de dos universidades específicas (Manchester Metropolitan University y University of Warwick) (nef, 2011). A su vez, Kelly & McNicoll (2011) proponen un enfoque holístico para evaluar el valor económico y social de las universidades del país, la llamada "evaluación económica modificada socialmente" *(socially modified economic evaluation*, SMEV), que han aplicado en proyectos piloto a varias universidades británicas e irlandesas (University of Strathclyde, University of Manchester, University College Dublin, Canterbury Christ Church University, University of Kent, etc.).

Siguiendo un enfoque similar, en el presente estudio trataremos de cuantificar y monetizar el valor social de una universidad. No obstante, a diferencia de los estudios anteriores, no partiremos de dimensiones de valor predeterminadas desde la perspectiva de la universidad o de la administración pública, sino que las

identificaremos en base a los intereses percibidos por los grupos de interés (*stakeholders*). De esta manera, la metodología seguida asegura un enfoque participativo ya que ayuda a identificar los impactos sociales percibidos como relevantes por los colectivos y/o individuos afectados por la actividad universitaria. A continuación se explica esta metodología.

3. Metodología: Cuantificación del valor social integrado (VSI)

La metodología de **cuantificación del valor social integrado (VSI)**, desarrollada por Retolaza *et al*. (2014), es un sistema de contabilidad social que combina un análisis cualitativo y cuantitativo. El análisis cualitativo busca evaluar los impactos que genera una organización para sus principales grupos de interés, basándose en la realización de entrevistas a representantes de todos estos grupos de interés. El análisis cuantitativo se centra en la cuantificación de los beneficios percibidos a través del desarrollo de indicadores y *proxies* (aproximaciones al valor) que permitan monetizar el valor generado.

La metodología se fundamenta en la perspectiva (ontológica) de la teoría de los grupos de interés o *stakeholders* (Freeman, 1984; Freeman *et al*., 2010; Retolaza & San-Jose, 2011). Este planteamiento propone considerar un concepto más amplio de valor creado por una organización - por un lado, incluyendo el valor distribuido a la totalidad de los *stakeholders* de la organización y no sólo a sus *shareholders* (accionistas), y por otro, incorporando los efectos no directamente económicos sobre los diversos *stakeholders*, ya sean positivos o negativos. Esto da lugar a una concepción más integral del valor económico generado, a la que se le puede denominar valor global, ampliado, compartido o valor social integrado.

La propuesta metodológica de Retolaza *et al*. (2014) se basa en el llamado **modelo poliédrico**, que permite objetivar y visualizar el valor creado por una organización para el conjunto de sus grupos de interés. Partiendo de la premisa de que el resultado de una actividad sólo se transforma en valor cuando hay alguien que lo valora, se adopta una aproximación fenomenológica en el análisis – se identifican las dimensiones de valor a partir de la percepción de los destinatarios de dicho valor, es decir, los diferentes *stakeholders* de la organización. Para integrar las diversas objetivaciones del valor generado, se aplica la lógica difusa o teoría de conjuntos borrosos – de esta manera es posible señalar el conjunto de valor social creado para los diferentes *stakeholders* sin pretender que exista un valor único y objetivo. El modelo poliédrico se muestra gráficamente en la Figura 1.

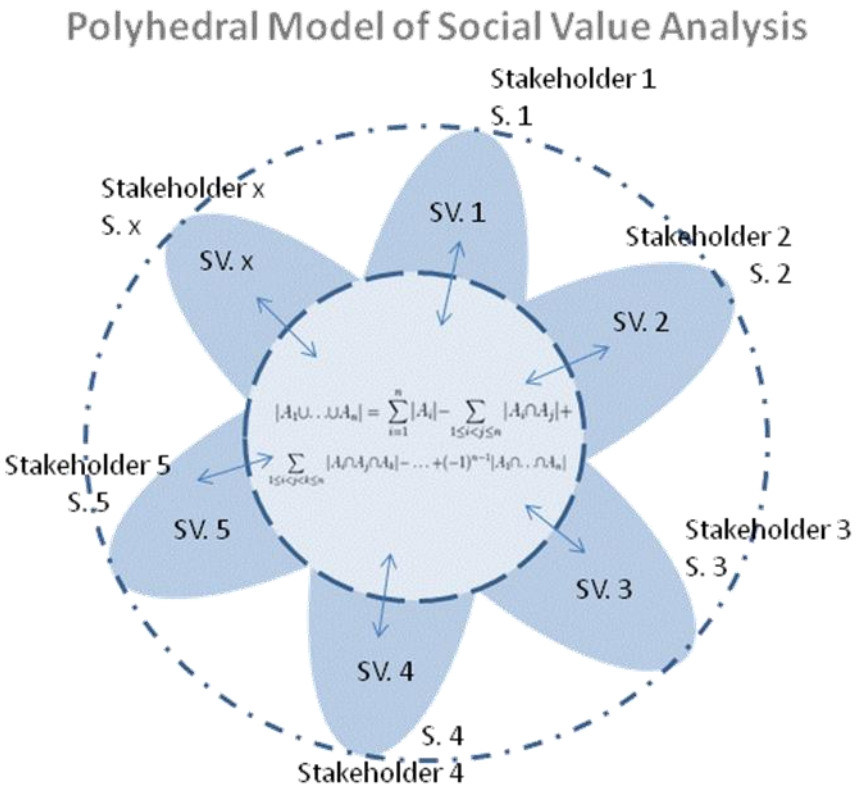

Figura 1: Modelo poliédrico de análisis del valor social integrado

Fuente: Retolaza *et al*. (2015)

Las diferentes áreas representan el valor social generado para cada uno de los *stakeholders*. El círculo interior sombreado en gris representa el conjunto de los valores coincidentes para todos los *stakeholders.* Complementariamente existen valores generados para un *stakeholder* particular que no confluyen con los de los otros *stakeholders,* representados por las otras superficies sombreadas en azul. El total del valor generado por la organización correspondería a la superficie total sombreada.[1] Complementariamente el modelo nos permite apreciar la importancia de la alineación de intereses entre los diferentes *stakeholders*. En el caso de confluencia entre el valor conjunto y el valor total se daría una mejor alineación de los intereses de los *stakeholders* de la organización, lo que conllevaría a que el retorno percibido por cada *stakeholder* sería mucho mayor que en el caso de que ambos valores fueran muy distantes.

[1] Al tratarse de una simplificación, el modelo gráfico no visualiza los posibles valores que solamente coinciden parcialmente entre algunos de los *stakeholders* (no entre el conjunto de los mismos); sin embargo en el sistema de cálculo estos valores sí son tenidos en cuenta y cuantificados.

De acuerdo con el modelo poliédrico, el proceso de análisis y monetización del VSI (denominado SPOLY) sigue básicamente cuatro fases que se muestran en la Figura 2.

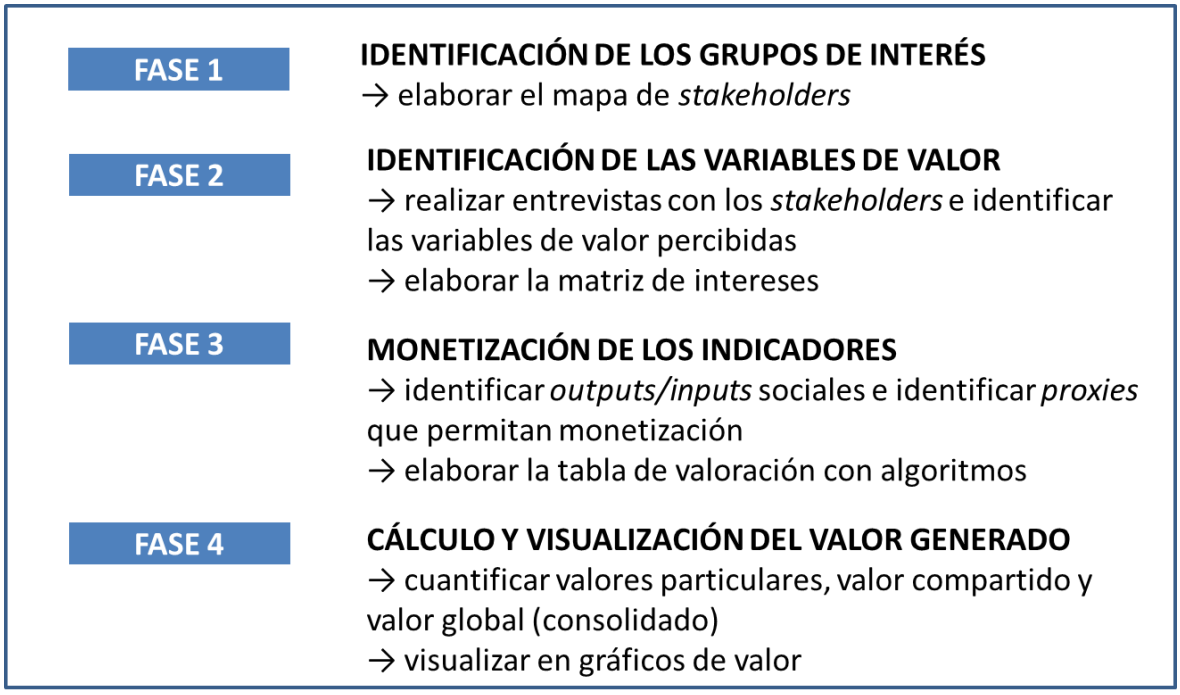

Figura 2: Fases de la cuantificación del VSI (proceso SPOLY)

Fuente: Adaptado de Retolaza *et al*. (2014)

El primer paso consiste en la identificación de los grupos de interés, lo cual hace la propia organización a través de la elaboración de un mapa de *stakeholders.* Posteriormente se identifican las variables de valor percibidas, mediante entrevistas en profundidad realizadas a representantes escogidos de los diferentes grupos de interés. Las variables de valor obtenidas en lenguaje coloquial a través de las entrevistas se redefinen en una matriz de intereses que permita identificar indicadores para su cuantificación.

A partir de los potenciales indicadores de las variables se definen los *outputs* generados por la organización y se cuantifican los *inputs* con coste social o de oportunidad (principalmente la financiación pública), a fin de poder calcular el valor neto generado. Asimismo se identifican los *proxies* que permitan monetizar los *outputs* y eventualmente los *inputs,* mediante un proceso similar al que se utiliza en contabilidad para calcular el valor razonable. Por otra parte, se generan los algoritmos de cálculo que relacionan los *outputs* con los *proxies* a fin de cuantificar el valor monetario de cada *output* generado. Finalmente, se calcula el valor del conjunto de los *outputs* identificados, diferenciando entre distintos ecosistemas o tipologías de valor social.

El proceso de cuantificación del VSI puede considerarse un proceso de "investigación-acción" (*action research*), término que hace referencia a una forma de investigación que permite vincular el estudio de los problemas en un contexto determinado con procesos de acción social orientados al cambio, de manera que se obtenga simultáneamente un incremento del conocimiento y un cambio social.

4. Análisis del valor social generado por la Universidad Pompeu Fabra

4.1. Presentación de la Universidad Pompeu Fabra y definición del alcance del análisis

La Universidad Pompeu Fabra (UPF) fue creada en el año 1990 en Barcelona por la Generalitat de Catalunya con el objetivo de establecer una universidad pública orientada a la excelencia académica y de contribuir al desarrollo del país (véase la misión y visión en el Cuadro 2). El modelo UPF se basa en tres ejes: docencia de calidad, investigación de excelencia y vocación internacional. Desde sus orígenes, la UPF ha realizado una formación integral y cercana al estudiante. En la actualidad son numerosos los indicadores que acreditan el éxito de este modelo, como la elevada demanda de los estudios de la UPF o el elevado porcentaje de éxito, satisfacción e inserción laboral de estudiantes y graduados. Con respecto a la investigación, la UPF promueve una política de contratación de profesorado abierta al talento nacional e internacional. Los resultados de esta política se reflejan en los excelentes indicadores en investigación de la universidad, entre los que destacan el volumen de proyectos financiados por la Unión Europea y los indicadores que miden la calidad de la producción científica. Asimismo, esta estrategia empieza a dar resultados en forma de patentes y *spin-offs* de impacto internacional. El elevado perfil internacional de la UPF es la suma de una estrategia que se centra en el establecimiento de una política de alianzas con una red de socios preferentes y la captación de profesorado con una trayectoria de proyección internacional y que, al mismo tiempo, también promueve las experiencias con socios extranjeros o en el extranjero, incorpora el inglés a la oferta docente y apuesta por construir un campus multilingüe con tres lenguas vehiculares, el catalán, el castellano y el inglés.

Cuadro 2: Misión y visión de la Universidad Pompeu Fabra

MISIÓN

Formar, mediante un modelo educativo riguroso, innovador y personalizado, a personas con sólidos conocimientos científicos y culturales, competencias transversales adecuadas para adaptarse a los cambios y retos de la sociedad y con capacidades para desarrollar sus proyectos de vida.

Convertirse en una universidad de investigación preeminente. Tenemos que ser pioneros en descubrimientos e innovaciones científicas, y tenemos que alcanzar un liderazgo internacional en aquellos ámbitos que nos son propios.

Promover la innovación y la transformación social. Tenemos que traspasar los muros de la institución, con el fin de crear sinergias con la sociedad y de contribuir así a su bienestar y a la creación de valor.

Impulsar el compromiso con la cultura. Tenemos que ser una 'fábrica de ideas', es decir, un lugar de debate, de discusión y de reflexión al servicio de la cultura que ofrezca herramientas para descifrar el mundo contemporáneo y para participar activamente en él.

VISIÓN

Una universidad de investigación de vanguardia, con un propósito de servicio público, que se posicione como una de las instituciones europeas de enseñanza superior más reconocidas internacionalmente, atractiva para los estudiantes y para los profesores con más talento y compromiso.

Una universidad personalizada, eficaz y adaptable, que trabaje con eficiencia, claridad, rigor e inmediatez y que se adapte al contexto y a las necesidades de la comunidad, con el fin de poder alcanzar de manera efectiva los resultados que persigue, pero sin perder nunca de vista el compromiso con la sociedad.

Una universidad pública, económicamente sostenible, que se financie con una aportación adecuada de recursos públicos y también con otras fuentes de recursos generados por la propia actividad de la Universidad.

Una universidad urbana, centrada en los retos a los que se enfrentan Barcelona y su entorno urbano, que aproveche la modernidad y la creatividad de una ciudad abierta al mundo como fuente de inspiración para incidir en la transformación de la Universidad.

Fuente: UPF Plan Estratégico 2016-2025 (https://portal.upf.edu/web/plaestrategic)

La UPF estructura sus estudios en torno a tres ámbitos de conocimiento, que se corresponden con los tres campus de la universidad: las ciencias sociales y las humanidades (en el campus de la Ciutadella), las ciencias y tecnologías de la información y la comunicación (en el campus de Poblenou) y las ciencias de la salud y de la vida (en el campus del Mar). En el curso 2015-16 impartió 24 titulaciones de grado, 28 másters universitarios y 9 programas de doctorado, así como 56 titulaciones propias de máster. Para realizar la actividad docente, la universidad está organizada en siete facultades, una Escuela Superior Politécnica, ocho departamentos y tres institutos universitarios. Paralelamente, en los últimos años también ha ido participando en un conjunto de instituciones y de centros especializados en docencia, investigación y transferencia, centros con personalidad jurídica propia y que configuran el Grupo UPF. Asimismo, para potenciar la

transferencia de conocimiento y dotar de mayor visibilidad internacional la investigación que se realiza en el seno de los departamentos y los institutos de investigación, la universidad ha desarrollado el Parque de Investigación UPF y participa también en el Parque de Investigación Biomédica de Barcelona. El Cuadro 3 muestra las principales cifras relacionadas con la dimensión de la universidad.

Cuadro 3: Dimensiones de la Universidad Pompeu Fabra (curso 2015-16)

Estudiantes de grado: 9.943 (Grupo UPF: 14.065)

Estudiantes de máster universitario: 1.113 (Grupo UPF: 3.117)

Estudiantes de doctorado: 1.139

Estudiantes de máster título propio: 1.443

Personal docente e investigador equivalente a tiempo completo: 592 (profesores permanentes: 308)

Personal de administración y servicios: 695

Presupuesto 2016: 133 M€

Fuente: Web UPF (https://www.upf.edu/universitat/es/presentacio/presentacio.html)

Con el despliegue de los tres campus y parques científicos, a lo largo de los años la universidad ha contribuido a la regeneración urbana de algunos barrios de Barcelona, así como al impulso de nuevos nodos de creación y transferencia de conocimiento. Ejemplos de esta actividad los encontramos, por ejemplo, en la rehabilitación del Dipòsit de les Aigües, hoy sede de la Biblioteca, o de los antiguos cuarteles militares de la calle Wellington, que hoy albergan la Barcelona Graduate School of Economics y la Fundación Pasqual Maragall (campus de la Ciutadella), pasando por la apertura al mar en los años noventa, con los Juegos Olímpicos y la recuperación de la Villa Olímpica (campus del Mar), o la recuperación de la fábrica textil de Ca l'Aranyó, en el 22@, el distrito de la innovación (campus de Poblenou).

Para el proceso de análisis y cuantificación del valor social integrado de la UPF, se creó un **equipo de proyecto**, compuesto por la Vicerrectora de Responsabilidad Social y Promoción, el Gerente, la Presidenta del Consejo Social, el Jefe de la Unidad de Comunicación y Proyección Institucionales y el Jefe de la Unidad de Proyectos, Estudios y Calidad. Se acordó como **alcance** del presente análisis la UPF como entidad jurídica, excluyendo otras entidades vinculadas y del Grupo UPF, como por ejemplo la Fundación UPF, los centros de enseñanza adscritos, los centros de investigación participados, las empresas universitarias etc.

4.2. Identificación de los grupos de interés

Conjuntamente con el equipo del proyecto de la UPF se identificaron los **principales grupos de interés (*stakeholders*)** de la institución. La Tabla 2 lista cada uno de estos grupos de interés junto a una breve descripción, para ilustrar las tipologías de relaciones que mantiene la UPF con cada grupo y que pueden dar lugar a diferentes perspectivas de creación de valor social.

Tabla 2: Grupos de interés de la UPF

Grupo de interés	Descripción
Estudiantes	Estudiantes de grado, postgrado (máster) y doctorado; estudiantes extranjeros
Antiguos alumnos (*alumni*)	Titulados de grado o de postgrado por la UPF
Familias de los estudiantes	Padres u otros familiares de los estudiantes (que se hacen cargo de los costes de los estudios universitarios)
Personal docente e investigador (PDI)	Profesores permanentes; docentes e investigadores a tiempo parcial; profesores visitantes
Personal de administración y servicios (PAS)	Personal que presta apoyo y asistencia a estudiantes y profesores
Proveedores y empresas de servicios contratados	Empresas de mantenimiento, limpieza, seguridad, cafeterías y vending, etc.
Administraciones públicas (AAPP)	Administraciones públicas que aportan financiación pública, financian proyectes competitivos de investigación y evalúan universidades
Instituciones del Grupo UPF	Centros docentes, de investigación y transferencia del Grupo UPF
Otras instituciones y centros universitarios	Instituciones de otras universidades
Instituciones y entidades sociales	Instituciones culturales, artísticas, deportivas, etc.; ONG y asociaciones que colaboran con la UPF
Empresas	Empresas que acogen titulados y estudiantes en práctica; empresas que participan en proyectos de investigación o transferencia de conocimiento; empresas patrocinadoras; empresas *spin-off* y *start-up*
Medios de comunicación	Prensa escrita, radio, TV
Entorno social	Vecinos de los barrios de la UPF; comercio local cercano a la UPF; colectivos específicos, como gente mayor y estudiantes de secundaria

4.3. Identificación de las variables de valor

Para analizar los intereses de los diferentes *stakeholders* identificados se realizaron entrevistas en profundidad a representantes de los distintos grupos de interés, según el listado propuesto por el equipo del proyecto de la UPF. En total se

entrevistaron 35 personas de forma individual - presencialmente o por teléfono-, además de una entrevista grupal a 6 estudiantes de diferentes niveles y ámbitos de estudio y participantes en las diversas asociaciones existentes de la UPF. Las entrevistas tuvieron lugar entre los meses de Marzo a Junio de 2016. Los nombres de las personas entrevistadas y su correspondiente afiliación aparecen listados en el Anexo 1. La finalidad de las entrevistas era determinar los principales aspectos en los que los *stakeholders* perciben que las actividades de la UPF les aportan valor – tanto a nivel individual como de la organización representada (véase el guion para la entrevista en el Anexo 2). La información recogida en las entrevistas se documentó mediante apuntes tomados tras cada entrevista.

La estructuración analítica de la información recogida en las entrevistas siguió los pasos del método fenomenológico (Giorgi & Giorgi, 2003). En primer lugar, se identificaron las unidades temáticas relacionadas con las diferentes dimensiones de valor percibidas por los grupos de interés y expresadas en el lenguaje coloquial de los interlocutores entrevistados – en total se identificaron 45 variables de primer orden, que se listan en el Anexo 3. En segundo lugar, se reestructuró este listado de variables de primer orden a un listado de variables de segundo orden, reformulándolas en términos que permitiesen identificar indicadores y *proxies* para su cuantificación. Este proceso de redefinición se hizo en colaboración con el equipo del proyecto de la UPF, y consultando a una serie de personas con dilatada experiencia en la gestión del sector universitario. La Tabla 3 muestra la **matriz de intereses** resultante, en la cual se refleja la relación entre los intereses identificados por cada uno de los grupos de *stakeholders*.

Tabla 3: Matriz de intereses: intereses conjuntos de los *stakeholders* de la UPF

Categorías	Variables de valor	Estudiantes	*Alumni*	Familias estudiantes	PDI	PAS	Proveedores	AAPP	Instituciones Grupo UPF	Instituciones universitarias	Entidades sociales	Empresas	Medios de comunicación	Entorno social
1. Formación de profesionales cualificados	1.1 Formación académica de estudiantes	■		■										
	1.2 Apoyo a estudiantes con necesidades específicas	■		■										
	1.3 Descuentos para la formación académica		■			■								
	1.4 Empleabilidad/Acceso a talento profesional	■		■				■	■	■	■	■		
	1.5 Apoyo en la búsqueda de empleo	■	■											
	1.6 Formación de colectivos específicos													■
2. Formación de ciudadanos comprometidos y participativos	2.1 Formación integral*	■			■	■								
	2.2 Interconexión de talentos (creación de redes)	■												
	2.3 Apoyo a la formación internacional de estudiantes	■		■										
	2.4 Actividades de interés general para la comunidad universitaria	■			■	■								
	2.5 Servicios de interés general abiertos al público													■
3. Investigación	3.1 Generación de conocimiento							■	■	■	■	■	■	■
	3.2 Servicios de apoyo a la docencia y la investigación	■			■									
4. Transferencia del conocimiento	4.1 Colaboraciones/alianzas en proyectos de investigación							■	■	■	■	■		■
	4.2 Innovación y desarrollo							■	■	■	■	■		■
	4.3 Contratos de transferencia							■	■	■	■	■		■
	4.4 Creación de empresas *spin-off* y *start-up*											■		
	4.5 Acceso a doctorandos industriales											■		
	4.6 Evidencias de impacto de la investigación							■	■	■	■	■		■

Tabla 3 (cont.)

Categorías	Variables de valor	Estudiantes	*Alumni*	Familias estudiantes	PDI	PAS	Proveedores	AAPP	Instituciones Grupo UPF	Instituciones universitarias	Entidades sociales	Empresas	Medios de comunicación	Entorno social
5. Ventajas para la comunidad universitaria	5.1 Beneficios sociales para personal UPF				■	■								
	5.2 Facilidades para la movilidad internacional de PDI				■	■								
	5.3 Servicios y actividades a menor precio (cafetería, deportes, idiomas, etc.)	■			■	■								
	5.4 Descuentos en servicios y productos	■	■		■	■			■					
6. Valor emocional	6 Compensación emocional para empleados de la UPF*				■	■								
7. Mejora competitiva de los proveedores	7 Mejora competitiva y social debido a la relación con la universidad						■							
8. Apoyo a proyectos de la sociedad	8.1 Co-financiación de proyectos sociales										■			■
	8.2 Aportación de voluntarios a proyectos sociales										■			■
	8.3 Aportación de estudiantes en prácticas/preselección de talento para empresas							■	■	■	■	■		
	8.4 Cesión de espacios a ONG										■			
9. Ventajas para centros adscritos UPF	9.1 Visibilidad de la marca UPF para centros adscritos UPF								■					
	9.2 Aportación de servicios de gestión académica (p.ej. SIGMA)								■					
10. Impacto urbanístico y dinamización del entorno	10.1 Dinamización comercial del entorno (barrios de los campus universitarios)													■
	10.2 Preservación de edificios históricos													■
11. Prestigio de la UPF	11 Valor de la marca UPF (calidad/excelencia)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

* de momento no medible

En la matriz aparecen dos variables relevantes pero difíciles de medir: la formación integral recibida por la comunidad universitaria (educación en valores, capacitación crítica, aprendizaje experiencial a través de la interacción con personas de diferentes entornos y niveles socioeconómicos, etc.) y el valor emocional generado para los empleados, sobre todo los PDI (trabajo vocacional, contribución a la misión de la universidad, sentido de pertenencia, capacidad de organización flexible del trabajo, etc.). Estas variables se han omitido en el posterior cálculo, dada la dificultad de objetivar el valor monetario asociado a las mismas. En el futuro se podría plantear la posibilidad de recoger información sobre estos aspectos en encuestas a la comunidad universitaria para posibilitar una aproximación cualitativa y cuantitativa.

No se ha incluido en la matriz uno de los impactos de la UPF enfatizado por varios *stakeholders* entrevistados, la contribución a la regeneración urbana de algunos barrios de Barcelona. A pesar de que se trata de un valor social generado por la UPF, su consideración (y cuantificación) hubiese correspondido realizarla en el año de creación de la universidad a través de indicadores como por ejemplo el incremento de valor de la vivienda en el entorno de los campus universitarios. Tampoco se contempla otro aspecto destacado en las entrevistas, la ubicación de la UPF en el centro de Barcelona, ya que resulta difícil estimar el valor relacionado.[2]

4.4. Monetización de los indicadores

Una vez obtenida la matriz de intereses, se identificaron los *outputs* generados por la UPF correspondientes a cada variable de valor, mediante potenciales indicadores disponibles por parte de la entidad así como *proxies* adecuados que permitieran su monetización. La Tabla 4 lista los **indicadores y *proxies*** utilizados para la cuantificación del valor social de la UPF. El proceso de monetización se ha guiado por usar en primer lugar, el precio de mercado cuando lo hubiera, en segundo lugar, precios sombra, y en tercer lugar, indicadores plausibles de valor. Los indicadores y *proxies* fueron revisados por un panel de expertos compuesto por miembros de universidades públicas catalanas. Los miembros de este panel figuran en el Anexo 4.

[2] Otras variables de valor detectadas en las entrevistas se han eliminado de la matriz de intereses debido a su valor monetario poco significativo, como por ejemplo, el alquiler de oficinas a las empresas *spin-off* y *start-up.*

Tabla 4: Indicadores y *proxies* utilizados para la cuantificación del valor social

Variable de valor	Indicador	Proxy	Fuente
1.1 Formación académica de estudiantes	Nº créditos superados por estudiantes de grado y máster, nº estudiantes de doctorado matriculados, nº estudiantes inscritos en cursos de verano	Costes del crédito en estudios de grado y máster/tutoría anual de doctorado en universidades catalanas	Decreto 118/2015 Generalitat de Catalunya, estudio de mercado
1.2 Apoyo a estudiantes con necesidades específicas	Importe de becas y ayudas otorgadas, nº horas dedicadas a estudiantes	Precio hora técnico de apoyo a estudiantes	Tarifa formación Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC)
1.3 Descuentos para la formación académica	Importe de descuentos realizados a PAS y *Alumni*	-	-
1.4 Empleabilidad/ Acceso a talento profesional	Nº titulados de grado, máster y doctorado	"Prima salarial" de titulados UPF respecto a estudios secundarios postobligatorios	UPF (AQU Catalunya), INE
1.5 Apoyo en la búsqueda de empleo	Nº horas dedicadas a usuarios	Precio hora asesoramiento laboral	Tarifa formación Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC)
1.6 Formación de colectivos específicos	Nº créditos matriculados por estudiantes UPF Sènior, nº estudiantes inscritos en Programa Campus Júnior	Precio del crédito en estudios de grado (1.1), precio de cursos UPF Campus Júnior	Estudio de mercado, UPF
2.2 Interconexión de talentos (creación de redes)	Importe de subvención otorgada a asociaciones de estudiantes	-	-
2.3 Apoyo a la formación internacional de estudiantes	Importe de becas y ayudas para programas de intercambio y movilidad internacional	-	-
2.4 Actividades de cultura y de interés general para la comunidad universitaria	Nº participantes en actividades del Aula de Escena, nº participantes en actividades de formación deportiva	Reconocimiento como créditos de estudios de grado (1.1)	UPF, estudio de mercado
2.5 Servicios de cultura y de interés general abiertos al público	Nº inscritos que han acabado cursos MOOC, nº participantes Aules Formació Permanent Gent Gran	Precio certificado de participación MOOC, valor monetario de conferencias	Mooc.es, Diputación de Barcelona (2013)
3.1a Generación de conocimiento	Importe financiación competitiva	-	-
3.1b Generación de conocimiento	Nº artículos indexados en el Web of Knowledge	Costes estimados de la publicación de artículos en revistas académicas de calidad media	Kelly *et al*. (2005)
3.1c-e Generación de conocimiento	Nº impactos o menciones en prensa escrita española, en prensa en línea, nº contribuciones de PDI en prensa escrita (artículos de opinión)	Tarifa de artículos periodísticos	Colegio Oficial de Periodistas de Catalunya

Tabla 4 (cont.)

Variable de valor	Indicador	Proxy	Fuente
3.2a-d Servicios de apoyo a la docencia y la investigación	Nº participantes en formación para docentes, nº horas de asistencia a cursos para docentes	Precio del crédito en estudios de máster (1.1), valor monetario de conferencias	Estudio de mercado, Diputación de Barcelona (2013)
3.2e Servicios de apoyo a la docencia y la investigación	Nº usuarios (estudiantes y PDI) de biblioteca	Valoración contingente de servicios prestados por bibliotecas universitarias	FESABID (2014)
4.1 Colaboraciones/ alianzas en proyectos de investigación	Importe de contratos con empresas e instituciones	-	-
4.2 Innovación y desarrollo	Nº patentes prioritarias solicitadas, nº extensiones internacionales de patentes	Valor promedio de patentes en Europa	Ceccagnoli *et al*. (2005)
4.3 Contratos de transferencia	Importe de contratos de licencias y royalties	-	-
4.4 Creación de empresas *spin-off* y *start-up*	Suma de facturación y capital movilizado de empresas spin-off y start-up	-	-
4.5 Acceso a doctorandos industriales	Importe del salario recibido por los doctorandos	-	-
4.6 Evidencias de impacto de la investigación	Nº conferencias impartidas por PDI	Tarifa de consultor senior por hora	Colegio de Economistas de Valladolid
5.1 Beneficios sociales para personal UPF	Costes de programas	-	-
5.2 Facilidades para la movilidad internacional de PDI	Importe de ayudas para programas movilidad internacional para PAS y PDI	-	-
5.3 Servicios y actividades a menor precio	Nº usuarios restauración y cafetería, nº estudiantes UPF de idiomas, nº beneficiarios de actividades culturales con descuento, nº beneficiarios de centros deportivos con descuento	Diferencial con precio de mercado	UPF
5.4 Descuentos en servicios y productos (carnet UPF)	Nº beneficiarios	Diferencial con precio de mercado	UPF
7 Mejora competitiva y social de los proveedores	Baja de precio en concursos o licitaciones	-	-
8.1 Co-financiación de proyectos sociales	Importe de la financiación aportada	-	-

Tabla 4 (cont.)

Variable de valor	Indicador	Proxy	Fuente
8.2 Aportación de voluntarios a proyectos sociales	Nº horas dedicadas por voluntarios	Precio hora de trabajo con salario medio y sin cargas impositivas	INE
8.3a Aportación de estudiantes en prácticas	Nº horas de prácticas realizadas por estudiantes	Valor mínimo de remuneración de las prácticas por hora	UPF
8.3b Preselección de talento para empresas	Nº prácticas que acaban en contrato	Coste proceso de selección externo por parte de empresas de recursos humanos = 10% salario bruto anual (1.4)	Estándar de mercado
8.4 Cesión de espacios a ONG	Nº cesiones	Diferencial con tarifas de alquiler de la UPF	UPF
9.1 Visibilidad de la marca UPF para centros adscritos UPF	Ingresos de los créditos matriculados	Importancia de la marca UPF para estudiantes de centros adscritos	Encuestas a estudiantes
9.2 Aportación de servicios a los centros adscritos	Costes pagados según convenio	Diferencial con precios de mercado	UPF
10.1 Dinamización comercial del entorno (barrios de los campus universitarios)	Nº de estudiantes, PDI y PAS	Gasto medio en el entorno de proximidad por miembros de la comunidad UPF	UPF
10.2 Preservación de edificios históricos	Costes de renovación y preservación de edificios históricos	-	-
11 Valor de la marca UPF (calidad/ excelencia)	Ingresos de los créditos matriculados de grado y máster	Ratio demanda/oferta en grados UPF, diferencial de precio en programas máster UPF BSM respecto a otras universidades públicas catalanas	UPF, estudio de mercado

A continuación se comentan los *proxies* más relevantes para el estudio del valor social de una universidad y se justifica el valor numérico y la fuente escogida en el presente cálculo.

- **Costes del crédito/tutoría de doctorado en universidades catalanas:** Según se desprende del Decreto 118/2015 de 23 de junio de la Generalitat de Catalunya, los precios públicos universitarios están fijados con el objetivo de cubrir entre el 15% y el 25% de los costes de prestación del servicio académico en el caso de la primera matrícula en estudios de grado y de máster que habilitan para el ejercicio de actividades profesionales reguladas. Con base en esta información y los precios fijados en el Decreto para el curso 2015/2016 se obtienen unos costes por crédito de 101,08 euros, 143,08 euros y 158,12 euros para los estudios de grado con coeficiente de estructura docente A, B y C respectivamente (resultante de multiplicar por 4

el precio público del crédito de estudios)[3], y de 164,68 euros para los estudios de máster (resultante de multiplicar por 4 el precio público del crédito de másters habilitantes). El Decreto 118/2015 no detalla los costes de prestación del servicio académico en los estudios de doctorado, por lo que hemos realizado un estudio de mercado sobre los precios de la tutoría de tesis en las universidades privadas catalanas (véase Figura 3). A falta de más datos, tomamos como referencia del precio anual de tutoría en las universidades catalanas la mediana de 968,00 euros, siendo conscientes de la incertidumbre de este valor.

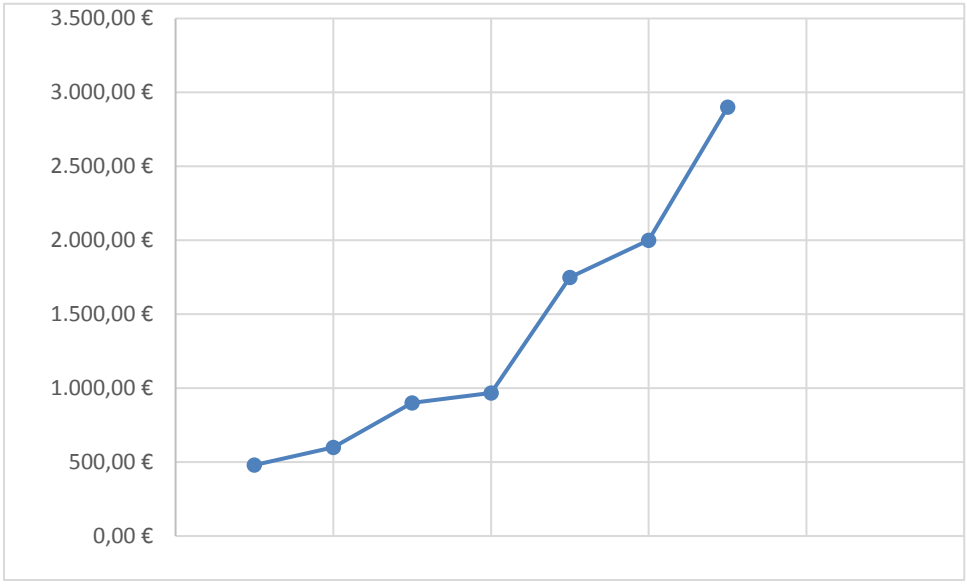

Figura 3: Precios anuales de tutoría de doctorado en universidades privadas catalanas

Fuente: Elaboración propia

- **"Prima salarial" de titulados UPF respecto a estudios secundarios postobligatorios:** La prima salarial debida a la titulación obtenida por la UPF se ha calculado con la información referente a los salarios de los graduados de la UPF proveniente de las encuestas de inserción laboral de la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya) realizadas en 2014. Hemos considerado los promedios de los salarios brutos anuales percibidos por los titulados de grado, máster y doctores de la UPF y los hemos comparado con la ganancia media anual de titulados en educación secundaria postobligatoria en Cataluña proporcionados por la Encuesta de Estructura Salarial 2014 del INE. Para expresar que esta prima salarial generada por la universidad se extiende más allá del año de

[3] Los niveles de coeficiente de estructura docente A, B y C clasifican las titulaciones por su coste en instalaciones y recursos.

titulación, hemos considerado una amortización decreciente en 4 años, en línea con las recomendaciones sobre la amortización de los activos intangibles informáticos.

- **Costes estimados de la publicación de artículos en revistas académicas de calidad media:** El informe del estudio piloto para estimar el valor económico de los *outputs* de las instituciones de enseñanza superior escocesas realizado por Kelly *et al*. (2005) contiene una propuesta para determinar los precios sombra de los artículos publicados en revistas académicas. Tras consultar varias fuentes del contexto británico, los autores de este estudio sugieren que el coste (y asumiendo la eficiencia del mercado también el valor del *output*) de obtener un artículo en una revista académica puede estimarse alrededor de 2.500, 4.200 y 6000 libras esterlinas para revistas de calidad baja, media y alta respectivamente. Para nuestro cálculo hemos tomado como referencia el valor correspondiente a las revistas de calidad media, transfiriéndolo al contexto español (6.376,57 euros).[4] Como los artículos publicados por PDI de la UPF suelen tener coautores de otras instituciones, hemos atribuido a la UPF solamente una parte de este valor de acuerdo con el número medio de coautores.[5]

- **Tarifa de artículos periodísticos:** La UPF registra los impactos o menciones en prensa escrita y en línea, así como las contribuciones de los PDI en la prensa escrita. Junto a estos datos también registra los espacios de página correspondientes y la audiencia alcanzada, datos que le permiten calcular el coste equivalente en publicidad en los diferentes medios de comunicación. Sin embargo, la utilización de las tarifas de publicidad como *proxy* seguramente sobreestima el valor creado a través de la generación de conocimiento en los medios de comunicación. Con el objetivo de ser prudentes en nuestra estimación, tomamos como *proxies* las tarifas periodísticas publicadas por el Colegio Oficial de Periodistas de Catalunya y contrastadas con una muestra de periodistas en activo.

- **Valoración contingente de servicios prestados por bibliotecas universitarias:** Un reciente estudio dirigido a averiguar el valor de las bibliotecas desde el punto de vista de los servicios que proveen a la sociedad incluyó una encuesta a usuarios de bibliotecas universitarias y científicas españolas (FESABID, 2014). En el cuestionario se pedía la valoración económica de los servicios de las bibliotecas siguiendo el modelo de

[4] Para la transferencia de valores se ha realizado la corrección por inflación y la conversión a euros.

[5] Hemos utilizado el número promedio de coautores al no disponer del número promedio de instituciones coautoras. Se trata pues de un cálculo conservador, ya que el número promedio de instituciones coautoras probablemente sea más bajo y la atribución resultante para la UPF más alta.

"valoración contingente", es decir, la estimación de un precio a partir de la percepción del valor que tienen los consumidores de un bien que no está en el mercado y de su disposición a pagar por él. La encuesta de usuarios de las bibliotecas universitarias y científicas mostró que consideran que los servicios que recibieron el mes anterior hubieran tenido un precio en una empresa privada de 28,20 euros/mes, es decir, de 338,40 euros/año.

- **Valor promedio de patentes en Europa:** De acuerdo con un estudio sobre el valor de las patentes en la Unión Europea (Ceccagnoli *et al*., 2005), el valor monetario medio de las patentes se sitúa en 6.358 euros (corregido por la inflación, 7.685,29 euros). El dato se basa en una encuesta realizada a inventores de seis países europeos, a los que se les pedía que estimaran el precio mínimo al que el propietario de la patente habría vendido los derechos de patente el mismo día en el que se concedió la patente.

- **Importancia de la marca UPF para estudiantes de centros adscritos:** Para valorar la marca UPF para los estudiantes de centros docentes adscritos a la UPF podríamos tomar la importancia relativa de la marca UPF con respecto a la marca de la propia institución. En este sentido, en ESCI-UPF se realiza una encuesta a los estudiantes de nueva matriculación, en la que se pregunta por la importancia que conceden a la reputación de la UPF y de ESCI-UPF, respectivamente, en su decisión de estudiar el Grado de Negocios y Marketing Internacionales. Para obtener un valor monetario, podemos multiplicar los índices resultantes de las encuestas por los ingresos de los créditos matriculados.

- **Valor de la marca UPF:** Para valorar la marca UPF para los estudiantes de grado tomamos como referencia el exceso de demanda para las plazas ofertadas (la ratio demanda/oferta en grados UPF, que expresa las solicitudes en primera preferencia por cada plaza ofertada), y que fue de 2,03 para el curso 2015/2016. La valoración de la marca UPF para los estudiantes de máster la basamos en el diferencial de precio de los programas máster UPF BSM respecto a programas equiparables de otras universidades públicas catalanas (diferencial de precio promedio 83,02%).[6] Para obtener un valor monetario, multiplicamos los índices por los ingresos de los créditos matriculados de grado y máster.

[6] Hemos realizado una comparativa de los precios de los programas de máster Executive MBA, Marketing, Marketing digital, Creación de videojuegos, Dirección de comunicación y Relaciones públicas, en las cuatro universidades públicas de Barcelona.

4.5. Cálculo y visualización del valor social generado

Una vez identificados los indicadores y *proxies* para monetizar todas las variables, se procede a su agrupación y cuantificación en los diversos ecosistemas de intereses o tipologías de valor social para obtener el valor social integrado (VSI). En particular, se diferencia entre las siguientes tipologías de valor social (véase Figura 4):

1) El valor social generado a través de la actividad económica

2) El retorno socio-económico generado para las Administraciones Públicas

3) El valor social específico generado para grupos concretos de *stakeholders*

Figura 4: Tipologías de valor social

Fuente: Elaboración propia

A continuación presentamos los resultados de la UPF para cada una de estas tipologías de valor referidas al ejercicio del año 2015.

4.5.1. Valor social generado por la actividad económica

El **valor social generado por la actividad económica** (también denominado valor socio-económico o valor económico social, VES) representa el impacto que la

actividad económica de una organización genera en un territorio, tanto el directo derivado de su actividad (valor añadido generado, salarios, impuestos, excedente reinvertido), como el indirecto o inducido, por el impacto que sus acciones generan en otras empresas (proveedores).

En la Tabla 5 se recogen los datos más significativos de la actividad económica de la UPF. En las actividades mercantiles, el valor económico social directo corresponde al valor añadido de la entidad. En el caso de una entidad como la UPF, este valor equivale al valor creado a través de la actividad económica, es decir, a la suma de todas las variables presentadas en la Tabla 5. Asimismo, se puede calcular la generación de flujos de caja que de forma directa o indirecta son captadas por las Administraciones Públicas – en este caso el sumatorio de los ingresos realizados a la Seguridad Social y a la Hacienda Pública (impuesto sobre la renta, otros impuestos e IVA).[7] Así pues, la UPF, a través de su actividad económica, en 2015 generó un valor para la sociedad de **96.892.332 €** (VES), y un retorno a la Administración de **29.915.009 €** (R-VES).

Tabla 5: Impacto social directo de la actividad económica de la UPF

Descripción	Indicador	Fuente	Resultado
Valor añadido	Σ valor añadido anual	Contabilidad	-
Salarios	Σ sueldos netos	10T	55.167.631 €
Seguridad Social	Σ SS empresa + SS trabajador	Contabilidad	16.784.912 €
Impuesto de la Renta	Σ (retención IRPF)	10T	12.976.430 €
Otros impuestos	Σ impuestos abonados	Contabilidad	153.667 €
Resultado	Beneficios antes de impuestos	Contabilidad	2.721.578 €
Amortizaciones	Σ amortizaciones	Contabilidad	8.291.937 €
Gastos financieros	Σ gastos financieros	Contabilidad	796.177 €
IVA	Σ (IVA generado - IVA repercutido)	Declaración anual IVA	0,00 €

Para el cálculo del valor económico social indirecto de proveedores se diferencia entre los proveedores de explotación y los proveedores de inversión y, a su vez, entre los proveedores localizados en Cataluña y los proveedores situados en otros

[7] Debido a que la UPF como universidad no genera IVA, no se considera como un valor aportado (igual a 0).

territorios. Para estas cuatro tipologías de proveedores se ha realizado un análisis de la estructura de la distribución de valor de los proveedores más representativos de la entidad (proveedores que suponen el 80% del volumen total de compra de la UPF), consultando el balance de estos proveedores en la base de datos mercantil SABI. De este modo, se obtienen unos índices de repercusión (% facturación) que sirven de *proxy* para estimar la distribución de valor de los proveedores.

La Tabla 6 recoge los datos más significativos de la actividad económica de los proveedores de explotación de la UPF, tras aplicar los índices de repercusión obtenidos mediante la base de datos SABI. Los datos relativos a la facturación con proveedores de Cataluña y de otros territorios, con los correspondientes índices de repercusión, se muestran en el Anexo 5. Los datos de la Tabla 6 permiten calcular el valor social generado de forma indirecta por la compra a proveedores de explotación, y que equivale a la suma del valor añadido y el IVA. Para el año 2015, la correspondiente generación de valor de la UPF asciende a **8.798.644 €** (VES-IP), y el retorno generado para la Administración es de **4.904.714 €** (R-VES-IP).

Tabla 6: Impacto social indirecto de proveedores de explotación de la UPF

Descripción	Indicador	Fuente	Resultado
Compra a proveedores	Σ compra proveedores	Contabilidad	31.016.407 €
Gastos de personal	Σ sueldos brutos	% facturación	5.384.438 €
Seguridad Social	Σ SS empresa + SS trabajador	35% gastos de personal	1.884.553 €
Impuesto de la Renta	Σ (retención IRPF)	22/31% gastos de personal	1.207.971 €
IVA	Σ (IVA generado - IVA repercutido)	21% valor añadido	1.527.037 €
Impuestos	Σ impuestos abonados	% facturación	285.153 €
Resultados	Σ resultados de explotación	% facturación	1.241.007 €
Valor añadido	Σ valor añadido anual	% facturación	7.271.606 €

La Tabla 7 recoge los datos más significativos de la actividad económica de los proveedores de inversión de la UPF, tras aplicar los índices de repercusión obtenidos mediante la base de datos SABI. Los datos relativos a la facturación con proveedores de Cataluña y de otros territorios, con los correspondientes índices de repercusión, se muestran en el Anexo 6. Los datos de la Tabla 7 permiten calcular el valor social generado de forma indirecta por la inversión, y que equivale nuevamente a la suma del valor añadido y el IVA. Para el año 2015, los resultados

obtenidos ascienden a **4.771.932 €** en lo relativo al valor social generado (VES-IP.I), y **2.912.161 €** como ingreso a la Administración (R-VES-IP.I).

Tabla 7: Impacto social indirecto de proveedores de inversión de la UPF

Descripción	Indicador	Fuente	Resultado
Compra a proveedores	Σ compra proveedores	Contabilidad	7.758.431 €
Gastos de personal	Σ sueldos brutos	% facturación	3.604.272 €
Seguridad Social	Σ SS empresa + SS trabajador	35% gastos de personal	1.261.495 €
Impuesto de la Renta	Σ (retención IRPF)	22/31% gastos de personal	807.155 €
IVA	Σ (IVA generado - IVA repercutido)	21% valor añadido	828.187 €
Impuestos	Σ impuestos abonados	% facturación	15.324 €
Resultados	Σ resultados de explotación	% facturación	40.819 €
Valor añadido	Σ valor añadido anual	% facturación	3.943.746 €

El valor total del valor económico social de la UPF (VES + VES-IP + VES-IP.I) asciende a **110.462.908 €** en 2015. En el Anexo 7 se calcula la distribución del valor social generado por la actividad económica de la UPF y distribuido a los diferentes *stakeholders* pertenecientes a la entidad y a sus proveedores del primer nivel, mediante la matriz de valor social de mercado.

4.5.2. Retorno económico a las Administraciones Públicas

El **retorno económico a las Administraciones Públicas** (R) derivado del valor generado por la actividad de la organización recoge tanto el retorno de ingresos vía impuestos como los ahorros de gastos implicados para la Administración. En el caso de la UPF, el retorno a la Administración procede de los ingresos impositivos directos e indirectos de su actividad económica (Tablas 5, 6 y 7), sin que se produzca ningún ahorro directo. El valor total del retorno económico de la UPF a las Administraciones Públicas (R-VES + R-VES-IP + R-VES-IP.I) asciende a **37.731.884 €** en 2015.

4.5.3. Valor social específico

El **valor social específico** (VASE) se refiere al valor de no mercado que la organización distribuye entre sus diversos grupos de interés, e integra el conjunto de variables de valor identificadas por los *stakeholders* (véase Tabla 3). En la Tabla

8 se detallan los indicadores utilizados para el cálculo de las variables de valor, así como los *proxies* y las fórmulas utilizadas para determinar el valor monetario de cada una de estas variables.[8] En la Tabla 4 se muestran las fuentes de los *proxies* utilizados, y en el Anexo 8 se pueden consultar los indicadores y valores utilizados para el cálculo de las variables del valor social específico. Generalmente se atribuye el 100% de los valores calculados a la UPF, menos en los casos indicados con asterisco.

La suma del valor social específico de la UPF asciende a **170.222.157 €** en 2015. Cabe destacar, que en el momento de redactar el informe no se disponía de datos para algunas de las variables de valor, y solamente se disponía de datos parciales (incompletos) para otras. En este sentido, la cifra obtenida del valor social específico puede considerarse una primera aproximación a este valor, que puede ser complementada en ejercicios futuros.

Si desglosamos el valor social específico calculado por las categorías de variables de valor, observamos que la mayor contribución se realiza en dos de las misiones básicas de la universidad: docencia o formación de profesionales cualificados (63%) e investigación (21%). Otros ámbitos de menor importancia relativa son la transferencia del conocimiento (4%) y el apoyo a proyectos de la sociedad (1%). Además, el presente cálculo señala la relevancia del prestigio de la UPF, que genera 11% del valor social específico.

[8] Mientras algunos de los valores de los indicadores se refieren al año 2015, otros están contabilizados para el curso académico 2015/2016.

Tabla 8: Matriz de valor social específico de la UPF (2015)

Variable de valor	Indicador	Valor indicador	Algoritmo	*Proxy*	Valor *proxy*	Valor monetario
1.1 Formación académica de estudiantes	Nº créditos superados por estudiantes de grados coeficiente A	320.506	Nº créditos superados x Coste del crédito	Coste del crédito en estudios de grado coeficiente A en universidades catalanas	101,08 €	32.396.717 €
	Nº créditos superados por estudiantes de grados coeficiente B	97.982	Nº créditos superados x Coste del crédito	Coste del crédito en estudios de grado coeficiente B en universidades catalanas	143,08 €	14.019.261 €
	Nº créditos superados por estudiantes de grados coeficiente C	64.145	Nº créditos superados x Coste del crédito	Coste del crédito en estudios de grado coeficiente C en universidades catalanas	158,12 €	10.142.529 €
	Nº créditos superados por estudiantes de máster	52.154	Nº créditos superados x Coste del crédito	Coste del crédito en estudios de máster en universidades catalanas	164,68 €	8.588.664 €
	Nº estudiantes de doctorado matriculados	1.289	Nº estudiantes de doctorado x Precio de tutoría tesis	Precio anual de tutoría de doctorado en universidades privadas catalanas	968,00 €	1.247.752 €
	Nº estudiantes inscritos en cursos de verano	165	Nº estudiantes inscritos x Precio de créditos equivalentes	5 x Coste del crédito en estudios de grado coeficiente A en universidades catalanas	505,40 €	83.391 €
1.2 Apoyo a estudiantes con necesidades específicas	Nº horas dedicadas a estudiantes con necesidades educativas especiales	2.256	Nº horas dedicadas a estudiantes x Precio hora	Precio hora técnico de apoyo a estudiantes	20,00 €	45.120 €
	Nº horas dedicadas a estudiantes deportistas de alto nivel	224	Nº horas dedicadas a estudiantes x Precio hora	Precio hora técnico de apoyo a estudiantes	20,00 €	4.480 €
1.3 Descuentos para la formación académica	Importe de descuentos realizados a PAS	16.622 €	-	-	-	16.622 €

Tabla 8 (cont.)

Variable de valor	Indicador	Valor indicador	Algoritmo	*Proxy*	Valor *proxy*	Valor monetario
1.4 Empleabilidad/ Acceso a talento profesional	Nº titulados de grado	1.832	Nº titulados de grado x "Prima salarial" de titulados UPF de grado, amortización decreciente en 4 años	"Prima salarial" de titulados UPF de grado respecto a estudios secundarios postobligatorios	4.476,96 €	20.504.477 €
	Nº titulados de máster	750	Nº titulados de máster x "Prima salarial" de titulados UPF de máster, amortización decreciente en 4 años	"Prima salarial" de titulados UPF de máster respecto a estudios secundarios postobligatorios	6.583,96 €	12.344.925 €
	Nº titulados doctores	217	Nº titulados doctores x "Prima salarial" de titulados UPF doctores, amortización decreciente en 4 años	"Prima salarial" de doctores UPF respecto a estudios secundarios postobligatorios	13.985,96 €	7.587.383 €
1.5 Apoyo en la búsqueda de empleo	Nº horas dedicadas a usuarios que han recibido orientación profesional	1.127	Nº horas dedicadas a usuarios x Precio hora	Precio hora asesoramiento laboral	20,00 €	22.540 €
	Nº participantes en las actividades de desarrollo de competencias profesionales	1.511	Nº participantes x Precio de créditos reconocidos	0,25 x Coste del crédito en estudios de grado coeficiente A en universidades catalanas	25,27 €	38.183 €
	Nº horas dedicadas a graduados atendidos en programa de mejora de la empleabilidad	6.080	Nº horas dedicadas a graduados x Precio hora	Precio hora asesoramiento laboral	20,00 €	121.600 €
	Nº horas dedicadas a graduados inseridos en programa de mejora de la empleabilidad	650	Nº horas dedicadas a graduados x Precio hora	Precio hora asesoramiento laboral	20,00 €	13.000 €

Tabla 8 (cont.)

Variable de valor	Indicador	Valor indicador	Algoritmo	*Proxy*	Valor *proxy*	Valor monetario
1.6 Formación de colectivos específicos	Nº créditos matriculados por estudiantes UPF Sènior	1.513	Nº créditos matriculados x Precio del crédito	Coste del crédito en estudios de grado coeficiente A en universidades catalanas	101,08 €	152.934 €
	Nº estudiantes inscritos en Programa Campus Júnior	405	Nº estudiantes inscritos x Precio de cursos	Precio de cursos UPF Campus Júnior	90,00 €	36.450 €
2.2 Interconexión de talentos (creación de redes)	Importe de subvención otorgada a asociaciones de estudiantes	12.000 €	-	-	-	12.000 €
2.4 Actividades de cultura y de interés general para la comunidad universitaria	Nº participantes en actividades del Aula de Escena	133	Nº participantes x Precio de créditos reconocidos	2 x Coste del crédito en estudios de grado coeficiente A en universidades catalanas	202,16 €	26.887 €
	Nº participantes en actividades de formación deportiva	1.375	Nº participantes x Precio de créditos reconocidos	Coste del crédito en estudios de grado coeficiente A en universidades catalanas	101,08 €	138.985 €
2.5 Servicios de cultura y de interés general abiertos al público	Nº inscritos que han acabado cursos MOOC	7.460	Nº inscritos que han acabado cursos MOOC x Precio certificado de participación	Precio certificado de participación	40,00 €	298.400 €
3.1 Generación de conocimiento	Importe financiación competitiva (proyectos/ayudas + recursos humanos)	28.351.000 €	-	-	-	28.351.000 €
	Nº artículos indexados en el Web of Knowledge	1.165	Nº artículos x Costes de publicación	Costes estimados de la publicación de artículos en revistas académicas de calidad media	6.376,57 €	783.728 €*

Tabla 8 (cont.)

Variable de valor	Indicador	Valor indicador	Algoritmo	*Proxy*	Valor *proxy*	Valor monetario
3.1 Generación de conocimiento (cont.).	Nº impactos o menciones en prensa escrita española	4.401	Nº impactos o menciones en prensa escrita española x Tarifa	Tarifa de artículo periodístico tema apertura página/rueda de prensa	120,00 €	528.120 €
	Nº impactos o menciones en prensa en línea	20.552	Nº impactos o menciones en prensa en línea x Tarifa	Tarifa de artículo periodístico noticia online	20,00 €	411.040 €
	Nº contribuciones de PDI en prensa escrita (artículos de opinión)	863	Nº artículos de opinión x Tarifa	Tarifa de artículo periodístico entrevista/reportaje corto	180,00 €	155.340 €
3.2 Servicios de apoyo a la docencia y la investigación	Nº participantes en programa de formación inicial para docentes FIDU Itinerario A	9	Nº participantes x Precio de créditos equivalentes	7 x Coste del crédito en estudios de máster en universidades catalanas	1.152,76 €	10.375 €
	Nº participantes en programa de formación inicial para docentes FIDU Itinerario B	3	Nº participantes x Precio de créditos equivalentes	3 x Coste del crédito en estudios de máster en universidades catalanas	494,04 €	1.482 €
	Nº horas de asistencia a cursos de formación continua para docentes	300	Nº horas de asistencia x Valor monetario de conferencias	Valor monetario de conferencias (1 h)	10,00 €	3.000 €
	Nº horas de asistencia a cursos de formación a medida para docentes	482	Nº horas de asistencia x Valor monetario de conferencias	Valor monetario de conferencias (1 h)	10,00 €	4.820 €
	Nº usuarios de biblioteca	13.944	Nº usuarios x Valoración contingente	Valoración contingente de servicios prestados por bibliotecas universitarias (estimación del precio al año)	338,40 €	4.718.650 €

Tabla 8 (cont.)

Variable de valor	Indicador	Valor indicador	Algoritmo	*Proxy*	Valor *proxy*	Valor monetario
4.1 Colaboraciones/ alianzas en proyectos de investigación	Importe de contratos con empresas e instituciones	4.384.000 €	-	-	-	4.384.000 €
4.2 Innovación y desarrollo	Nº patentes prioritarias solicitadas	8	Nº patentes x Valor promedio de patente	Valor promedio de patentes en Europa	7.685,29 €	61.482 €
	Nº extensiones internacionales de patentes	4	Nº patentes x Valor promedio de patente	Valor promedio de patentes en Europa	7.685,29 €	30.741 €
4.3 Contratos de transferencia	Importe de contratos de licencias y royalties	117.200 €	-	-	-	117.200 €
4.4 Creación de empresas spin-off y start-up	Suma de facturación y capital movilizado de empresas *spin-off* y *start-up*	3.044.982 €	-	-	-	1.522.491 €**
4.5 Acceso a doctorandos industriales	Importe del salario recibido por los doctorandos	286.000 €	-	-	-	286.000 €
5.2 Facilidades para la movilidad internacional de PDI	Importe de ayudas para programas movilidad internacional PAS	6.245 €	-	-	-	6.245 €
8.1 Co-financiación de proyectos sociales	Importe de la financiación aportada	40.000 €	-	-	-	40.000 €
8.3b Preselección de talento para empresas	Nº prácticas que acaban en contrato	818	Nº prácticas que acaban en contrato x Coste del proceso de selección	Coste proceso de selección externo por parte de empresas de recursos humanos = 10% salario bruto anual	2.595,45 €	2.123.078 €

Tabla 8 (cont.)

Variable de valor	Indicador	Valor indicador	Algoritmo	*Proxy*	Valor *proxy*	Valor monetario
11 Valor de la marca UPF (calidad/ excelencia)	Ingresos de los créditos matriculados de grado	15.901.152 €	Ingresos de los créditos matriculados de grado x (Ratio demanda/oferta - 1)	Ratio demanda/oferta - 1	103,00%	16.378.187 €
	Ingresos de los créditos matriculados de máster	2.966.665 €	Ingresos de los créditos matriculados de máster x Diferencial de precio másters	Diferencial de precio en programas máster UPF BSM respecto a otras universidades públicas catalanas	83,02%	2.462.878 €

* atribución del 11% de acuerdo con el número medio de coautores

** atribución del 50%, por considerar que el otro 50% se les atribuye a los emprendedores que han creado las empresas

4.5.4. Valor social integrado

Calcularemos el valor social integrado (VSI) a través del **valor social consolidado** (véase Figura 4). El valor consolidado – similar al concepto contable de la misma denominación – tiene en consideración el valor conjunto generado, evitando duplicar el valor compartido que se genera a la vez para varios *stakeholders* o varias tipologías de valor.

Según se desprende de los resultados de la Tabla 9, la UPF generó en el año 2015 un VSI bruto consolidado de **247.757.999 €,** de los cuales 37.731.884 € se ingresaron a la Administración Pública. Teniendo en cuenta que la UPF recibió subvenciones por valor de 57.927.363 €, se podría determinar un retorno económico sobre las subvenciones recibidas de 0,65. En relación al retorno social sobre la subvención recibida (SROI o *Social Return on Investment*), se obtiene un valor de 4,28[9]. Una vez descontadas las subvenciones, el VSI neto de la UPF corresponde a **189.830.635 €.** La Tabla 9 indica otros ratios de análisis que relacionan los valores obtenidos con el activo total, el activo inmovilizado y los fondos propios, y que pueden resultar de interés para hacer un seguimiento anual de cara al futuro.

[9] Utilizamos el concepto del SROI por su popularidad, aunque queremos precisar que el presente ratio no refleja el retorno de las subvenciones dirigidas a la inversión, sino el retorno de las subvenciones dirigidas principalmente a la explotación.

Tabla 9: Resultados del valor social integrado de la UPF (2015)

	Retorno económico AAPP (R)	Valor económico social (VES)	Valor social específico (VASE)	Valor social consolidado
Impacto directo de la actividad económica	29.915.009 €	96.892.332 €	-	96.892.332 €
Impacto indirecto de proveedores de explotación (IP)	4.904.714 €	8.798.644 €	-	8.798.644 €
Impacto indirecto de proveedores de inversión (IP.I)	2.912.161 €	4.771.932 €	-	4.771.932 €
Valor social específico	-	-	170.222.157 €	170.222.157 €
Valor duplicado en VES y VASE				-32.927.067 €
VSI bruto	**37.731.884 €**	**110.462.908 €**	**170.222.157 €**	**247.757.999 €**
Financiación pública	57.927.363 €	57.927.363 €	57.927.363 €	57.927.363 €
VSI neto	**-20.195.479 €**	**52.535.545 €**	**112.294.794 €**	**189.830.635 €**
Sobre subvenciones (SROI)	0,65	1,91	2,94	4,28
Sobre activo total	0,17	0,49	0,76	1,10
Sobre activo inmovilizado	0,20	0,58	0,90	1,31
Sobre fondos propios	6,19	18,12	27,92	40,63

En la Figura 5 se presentan estos resultados de forma gráfica, visualizando el valor social generado para las diversas tipologías de valor social consideradas – valor social generado por la actividad económica, retorno socio-económico para la Administración Pública, valor social específico y valor social integrado consolidado. Además, se señala la posibilidad de considerar el valor socio-emocional ligado a las variables detectadas de formación integral recibida por la comunidad universitaria y compensación emocional percibida por los empleados de la universidad.

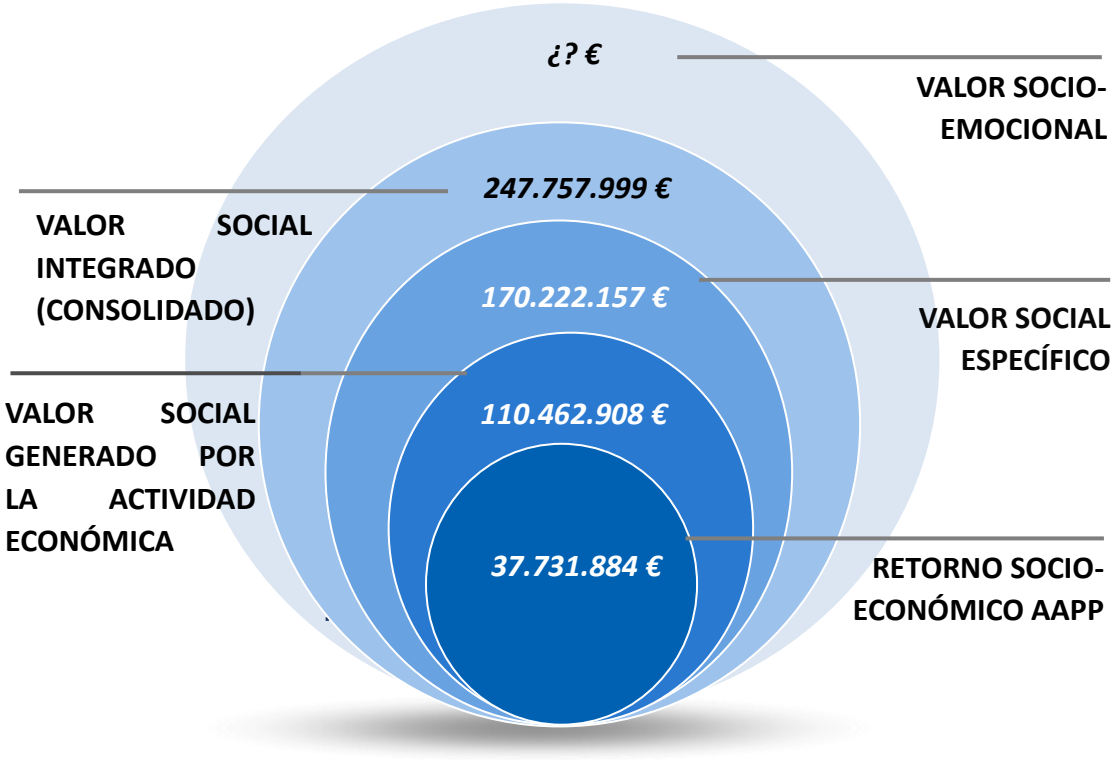

Figura 5: Generación de valor social integrado por la UPF (2015)

En la Figura 6 se representa el valor social generado por la UPF a los grupos de interés en las diferentes tipologías de valor según el formato poliédrico de análisis. Como se puede observar, el sumatorio del valor generado en las diferentes tipologías de valor excede a la cuantía del VSI. Esta diferencia representa precisamente el valor compartido generado por la UPF entre los diversos grupos de interés.

La atribución de valor social específico a cada grupo de interés proviene de la identificación de variables de valor percibidas por cada uno de estos grupos y que se ha representado previamente en la matriz de interes (véase Tabla 3). Para facilitar la comprensión, se han agrupado los grupos de *stakeholders* con intereses similares (como por ejemplo, estudiantes y familias de estudiantes). Asimismo, se han omitido los medios de comunicación como grupo de interés, debido a que no se han identificado variables de valor específicas de este grupo.

Con respecto a la distribución del valor social específico a los diferentes grupos de interés de la UPF, los estudiantes y sus familias son los *stakeholders* que mayor valor reciben (130.763.009 euros), seguidos de las instituciones y empresas (96.977.570 euros) y del entorno social (54.191.500 euros). Como se ha comentado anteriormente, estos resultados pueden considerarse una primera aproximación al valor social específico, ya que solamente se han contabilizado los datos disponibles en el momento de redactar el informe.

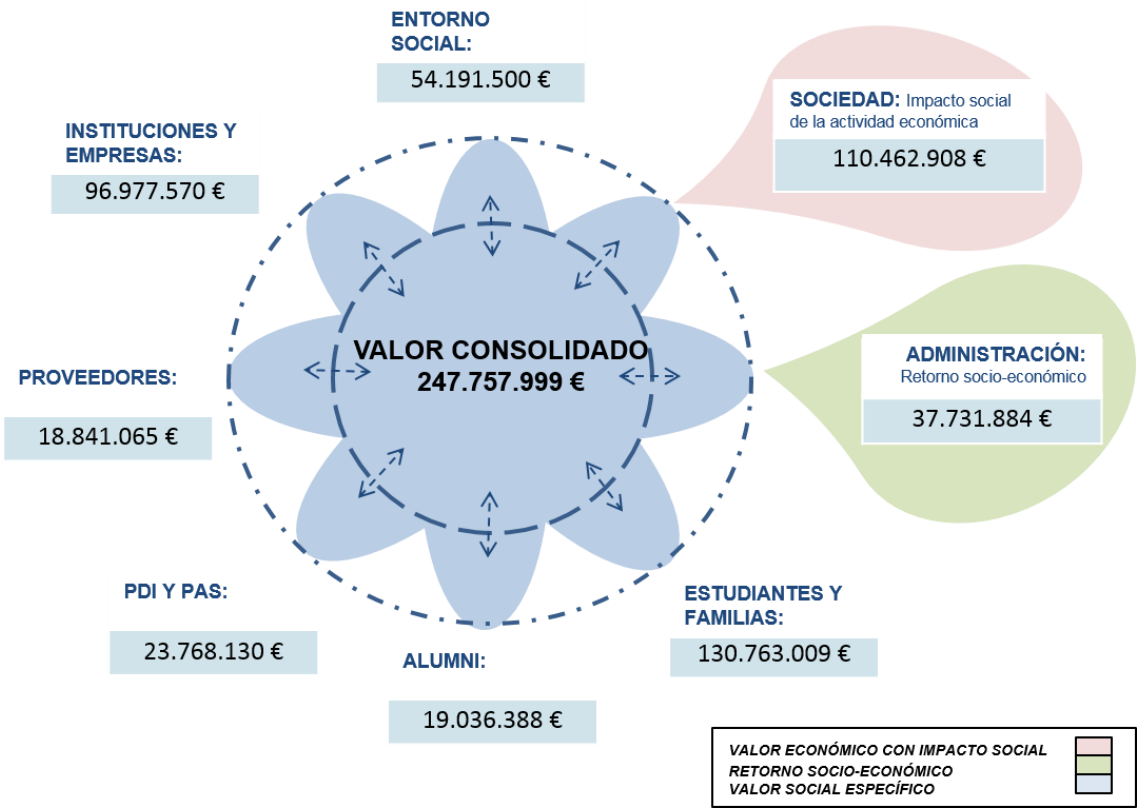

Figura 6: Modelo poliédrico de análisis del VSI aplicado a la UPF (2015)

5. Conclusiones

En el presente informe hemos realizado un análisis que permite cuantificar monetariamente el valor que genera la actividad de la Universidad Pompeu Fabra (UPF) a través del cálculo de su valor social integrado (VSI), siguiendo el trabajo desarrollado por Retolaza *et al*. (2014). A diferencia de estudios anteriores, no hemos partido de indicadores de impacto social predeterminados desde la perspectiva de la universidad o de la administración pública, sino que los hemos identificado en base a las expectativas de los grupos de interés (*stakeholders*). De esta manera, la metodología seguida asegura un enfoque participativo, ya que ayuda a identificar las dimensiones de valor percibidas como relevantes por los colectivos y/o individuos afectados por la actividad universitaria.

La metodología de cuantificación del valor social integrado (VSI) ha seguido un proceso (llamado SPOLY) de varias fases. El primer paso consistió en la identificación de los grupos de interés – los principales *stakeholders* reconocidos por la UPF son estudiantes y familias de estudiantes, *alumni*, PDI y PAS, proveedores, instituciones y empresas, y el entorno social. Posteriormente se identificaron las variables de valor percibidas, mediante entrevistas en profundidad realizadas a representantes escogidos de los diferentes grupos de interés. En el caso de la UPF, las variables de valor plasmadas en la matriz de intereses se pueden agrupar en diversas categorías, que engloban tanto las misiones básicas de la universidad (formación, investigación y transferencia de conocimiento) como otros aspectos que hacen referencia a las ventajas para la comunidad universitaria, la mejora competitiva de los proveedores, el apoyo a proyectos de la sociedad, las ventajas para centros adscritos de la UPF, el impacto urbanístico y de dinamización del entorno y el prestigio de la UPF. Los indicadores y *proxies* empleados para monetizar las variables de valor de la UPF fueron revisados por un panel de expertos compuesto por miembros de universidades públicas catalanas.

Finalmente, se calculó el VSI, que incluye tanto el valor social generado a través de la actividad económica – capturado por indicadores de contabilidad - como el valor social específico generado a los diferentes *stakeholders* mediante relaciones ajenas a la transacción de mercado - y monetizado con ayuda de los indicadores y *proxies* utilizados. A pesar de que se trata de una primera aproximación con datos parciales, el valor social específico de la UPF obtenido para el año 2015 (170.222.157 €) supera ampliamente el valor social generado por su actividad económica en ese ejercicio (110.462.908 €). Asimismo, cabe señalar que el VSI consolidado de 247.757.999 € de la UPF representa más de cuatro veces el importe recibido de financiación pública.

En este sentido, el proceso SPOLY de contabilidad social permite comprender, medir y comunicar el valor creado por la universidad y, por tanto, se convierte en

una herramienta útil para la planificación estratégica y la comunicación con los grupos de interés. Cabe destacar que el marco de indicadores y *proxies* utilizado en este estudio puede adaptarse fácilmente a otras entidades del mismo sector. Por consiguiente, los resultados de este informe deben servir de estímulo para que más universidades e instituciones de educación superior, tanto de carácter público como privado, integren en sus métodos contables el análisis del valor social. Ello permitiría un mayor y mejor conocimiento del impacto social generado por estas entidades y una mejor comunicación de sus resultados.

Referencias

ACUP - Associació Catalana d'Universitats Públiques (2011) *Impactes de les universitats publiques catalanes a la societat*. ACUP, Barcelona.

Carreras, M. & Rigall, R. (2008) Una aproximació a l'impuls econòmic de la Universitat de Girona sobre l'entorn local. *Coneixement i Societat: Revista d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació*, 14, pp. 90-109.

Ceccagnoli, M., Gambardella, A., Giuri, P., Licht, G. & Mariani, M. (2005) *Study on evaluating the knowledge economy – what are patents actually worth? The value of patents for today's economy and society*. Final report for lot 1 (Tender n° MARKT/2004/09/E). Report of research project (ETD/2004/IM/E3/77) conducted for the European Commission, Directorate-General for Internal Market.

Diputación de Barcelona (2013) *El retorno a la inversión de la red de bibliotecas municipales de la provincia de Barcelona (2007-2011)*. Diputación de Barcelona.

FESABID (2014) *El valor económico y social de los servicios de información: bibliotecas*. FESABID, Madrid.

Freeman, R.E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.

Freeman, R.E., Harrison, J.S., Wicks, A.C., Parmar, B.L. & de Colle, S. (2010) *Stakeholder Theory: The State of the Art*. Cambridge University Press, Cambridge.

Giorgi, A. & Giorgi, B. (2003). Phenomenology, en J.A. Smith (ed.), *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods* (2nd edition), pp. 25-50, Sage, London.

Kelly, U., McNicoll, I. & McLellan, D. (2005) *Towards the estimation of the economic value of the outputs of Scottish Higher Education Institutions*. Report to the Scottish Funding Council, University of Strathclyde.

Kelly, U. & McNicoll, I. (2011) *Through a glass, darkly: Measuring the social value of universities*. National Co-ordinating Centre for Public Engagement.

nef (2011) *Degrees of value: How universities benefit society*. Universities UK/University Partnerships Programme/New Economics Foundation (nef).

Pérez, F., Pastor, J.M. & Peraita, C. (2015) *La contribución socioeconómica de las Universidades Públicas valencianas. Tercer informe del SUPV 2015*. Ivie, Valencia.

Retolaza, J.L., Ruiz-Roqueñi, M., San-Jose, L. & Barrutia, J. (2014). Cuantificación del valor social: propuesta metodológica y aplicación al caso de Lantegi Batuak. *Zerbitzuan: Gizarte zerbitzuetarako aldizkaria (Revista de Servicios Sociales)*, 55, pp. 17-33.

Retolaza, J.L., Sánchez, P., Tarifa, P., Ruiz-Roqueñi, M., San-José, L. & Ayuso, S. (2015) *Análisis del valor social de la Fundación Formació i Treball: Una aproximación monetaria al cálculo del valor social*, Documento de trabajo nº 22 Cátedra MANGO de RSC, ESCI-UPF, Junio 2015.

Retolaza, J.L. & San-Jose, L. (2011) Social economy and stakeholder theory, an integrative framework for socialization of the capitalism. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 73, pp. 193-213.

Segarra Blasco, A., Llop Llop, M., Pablo Martí, F., Piñol Alabart, J.M. & Teruel Carrizosa, M. (2011) *El poder de les idees. Impactes de la URV sobre la societat*. Publicacions URV, Tarragona.

Torres, T., Enciso, P., Farré, M. & Sala, M. (2010) El impacto de la universidad en el ámbito económico y del conocimiento. El caso de la Universidad de Lleida. *Regional and Sectoral Economic Studies* 10 (3), pp. 174-199.

Anexo 1: Listado de personas entrevistadas (por orden alfabético)

- Francesc Abad i Esteve (Área de Apoyo a la Planificación, Análisis y Evaluación en el Ámbito de Universidades e Investigación, Secretaría de Universidades e Investigación, Generalitat de Catalunya)
- Josepa Alemany Costa (Departamento de Economía y Empresa UPF y Comité de Empresa PDI UPF)
- Josep Maria Antó Boqué (CREAL - Centre de Recerca en Epidemiologia Ambiental)
- Núria Basi Moré (Consejo Social UPF)
- Jaume Bertranpetit (Departamento de Ciencias Experimentales y de la Salud UPF)
- Oriol Bosch Jover (Estudiante UPF)
- Mar Carrió Llach (Departamento de Ciencias Experimentales y de la Salud UPF)
- Francis Casado (Mobile Media Content)
- Mercè Colomer (Aula d'extensió Universitària d'Arenys de Mar per a Gent Gran)
- Mònica de Forns (Unidad de Innovación - UPF Business Shuttle)
- Nacho Dualde (ESCI-UPF)
- Eduardo Espuny Díaz (Estudiante UPF)
- Eduard Fernández Prim (Estudiante UPF)
- Marta Germà i Escobedo (Secció Sindical UGT – UPF)
- Davinia Hernández-Leo (Departamento de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones UPF)
- Rosa Llamas Varela (CLECE)
- Humberto Llavador (Departamento de Economía y Empresa UPF)
- Isabel Luna (TVE)
- Núria Martínez (Diario Ara)
- Inma Martínez (Fundació Servei Solidari)
- Xavier Martínez Granell (Secretaría del Departamento de Economía y Empresa UPF)
- Louise McNally (Departamento de Traducción y Ciencias del Lenguaje UPF)
- Antonio Mercé Ramirez (PROSEGUR)
- Manel Milà Vidal (Consejo Social UPF y PIMEC)
- Teresa Maria Monllau Jaques (Departamento de Economía y Empresa UPF)
- Josep Joan Moreso (Departamento de Derecho UPF y AQU Catalunya)
- José Luís Muñoz Garrido (CLECE)
- Teresa Niubó (IES Milà i Fontanals)
- Marta Poch (*Alumni* UPF)
- Maite Poyos (Deloitte)
- Miquel Puig (CSUC - Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya)
- Rosa Ma. Pujante i Mitjavila (Área de Recursos Humanos y Organización UPF)
- Coral Regi (Escola Virolai)
- Jordi Ribas (*Alumni* UPF)
- Ariadna Romans Torrent (Estudiante UPF)
- Luca Scialo (Estudiante UPF)
- Anaís Tarragó (Fundación UPF)
- Rosa Vacas Font (Área de Recursos Humanos y Organización UPF)

- José Miguel Vela (ESTEVE)
- Enric Vila i de Villasante (Estudiante UPF)
- Teresa Villoro (Fundació Canpedró)

Anexo 2: Guion para la entrevista con representantes de los *stakeholders*

Agradecimiento por haber aceptado realizar la entrevista

Explicación del proyecto y de la metodología

Objetivo de la entrevista

PREGUNTAS:

I. ¿Me podrías indicar cuáles son los principales aspectos en los que sientes que la UPF genera valor (a ti como persona – en el caso de *stakeholders* individuales-, a tú organización –en el caso de representar a alguna organización)? ¿Podrías ponerme un ejemplo?

II. OPCIONAL: ¿Podrías identificar algunas características que puedan hacer que el valor generado / percibido se incremente? ¿Podrías ponerme un ejemplo?

III. OPCIONAL: ¿Se te ocurre algún indicador que pudiera utilizarse para identificar el valor generado?

IV. OPCIONAL: ¿Y alguna cuantificación monetaria de referencia?

Agradecimiento y despedida

Anexo 3: Variables de valor percibidas en las entrevistas

Nº	Variable de valor	Grupos de interés afectados
1	Formación académica	Estudiantes
2	Empleabilidad/mejor acceso a mercado laboral	Estudiantes
3	Capacitación crítica (mejor comprensión del mundo)	Estudiantes
4	Crecimiento personal/sensibilización social (aprendizaje experiencial, interacción con personas diferentes, entorno internacional)	Estudiantes, PDI, PAS
5	Educación en valores	Estudiantes
6	Interconexión de talentos (creación de redes)	Estudiantes
7	Apoyo en la búsqueda de empleo	*Alumni*
8	Descuentos para formación postgrado	*Alumni*
9	Salario*	PDI, PAS
10	Trabajo vocacional (compensación emocional)	PDI
11	Satisfacción personal (contribución a la misión de la universidad, sentido de pertenencia)	PDI, PAS
12	Organización flexible del trabajo (facilita conciliación profesional/personal)	PDI
13	Prestigio de la UPF (calidad/excelencia)	Estudiantes, PDI, PAS, Proveedores, AAPP, otras universidades, entidades sociales, empresas, sociedad
14	Interconexión con investigadores/docentes de UPF y de fuera	PDI
15	Facilidades para la movilidad internacional	PDI, PAS
16	Acceso a servicios de apoyo a la docencia y la investigación (biblioteca, BBDD, cursos, asesoramiento, etc.)	PDI, PDI centros adscritos
17	Acceso a cargos de gestión	PDI
18	Beneficios sociales para personal UPF	PDI, PAS
19	Beneficios asociados al carnet UPF (descuentos)	Estudiantes, PDI, PAS, estudiantes centros adscritos
20	Oferta de servicios y actividades a menor precio (cafetería, deportes, idiomas, etc.)	Estudiantes, PDI, PAS
21	Oferta de actividades puntuales de temas de interés general y de cultura (jornadas, charlas, conferencias, sesiones informativas)	Estudiantes, PDI, PAS
22	Sentido de pertenencia a la UPF	Estudiantes, PDI, PAS
23	Ubicación en el centro de Barcelona	Estudiantes, PDI, PAS
24	Facturación generada*	Proveedores
25	Contribución a su estrategia social	Proveedores
26	Adquirir know-how del sector universitario (acceso a un nuevo sector)	Proveedores

Nº	Variable de valor	Grupos de interés afectados
27	Posibilidades de innovación por la exigencia del cliente UPF	Proveedores
28	Acceso a talento profesional (valor propio de los titulados UPF)	AAPP, empresas (diferencia entre grandes empresas, PYMES y start-up)
29	Aprovechamiento de conocimiento generado por UPF	AAPP, empresas (mayor absorción por parte de grandes empresas que de PYMES)
30	Generación de conocimiento particular (colaboraciones/alianzas en proyectos de investigación)	AAPP, empresas, sociedad (escuelas secundaria)
31	Transferencia de conocimiento (asesoramiento)	AAPP, empresas
32	Incorporación de profesorado reputado a cargos públicos y privados representativos	AAPP, Sociedad
33	Apoyo en la difusión y promoción por parte de UPF	Centros adscritos, entidades sociales
34	Servicios de gestión académica compartidos (p.ej. SIGMA)	Centros adscritos
35	Co-financiación de proyectos sociales	Entidades sociales
36	Aportación de voluntarios para proyectos sociales	Entidades sociales
37	Aportación de recursos humanos vía prácticas (preselección de talento para empresas)	Entidades sociales, empresas
38	Acceso a investigaciones senior vía doctorados industriales	Empresas
39	Cesión espacio de oficinas	Empresas start-up
40	Creación de opinión	Sociedad
41	Impacto urbanístico/dinamización del entorno (barrios de los campus universitarios)	Sociedad
42	Transmisión de conocimiento (servicios y actividades abiertas al público en general)	Sociedad
43	Apoyo en orientación y desarrollo profesional/académico de alumnos de secundaria	Sociedad (alumnos secundaria)
44	Generación de contenidos	Medios comunicación
45	Acceso a expertos	Medios comunicación

* estas variables no aparecerán en la posterior matriz de intereses, ya que se contabilizan en el apartado del valor económicos social (VES)

Anexo 4: Panel de expertos para la revisión del proceso de monetización de los indicadores de valor social

- Dr. Oriol Amat Salas, Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Pompeu Fabra y Presidente de la Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección (ACCID)

- Dr. Jordi Martí Pidelaserra, Profesor titular de Contabilidad Financiera y Subdirector del Departamento de Contabilidad de la Universidad de Barcelona

- Dr. Ángel Belzunegui Eraso, Profesor titular de Sociología y Director de la Cátedra de Inclusión Social de la Universidad Rovira i Virgili

- Dr. José Luis Gallizo Larraz, Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad, Director del Master en Contabilidad, Auditoría y Control de Gestión y Director de la Cátedra de la Empresa Familiar de la Universidad de Lleida

Anexo 5: Valor económico social indirecto de proveedores de explotación de la UPF

Zona	Coste salarial medio	Salarios brutos medios	IRPF a aplicar
Cataluña	24.657,25 €	16.520,36 €	22%
Otros territorios	52.043,99 €	34.869,48 €	31%

Cataluña

Descripción	Indicador	Fuente	Resultado	Índice de repercusión
Compra a proveedores	Σ compra proveedores	Contabilidad	21.034.481,74 €	1,00
Gastos de personal	Σ sueldos brutos	% facturación	4.825.361,00 €	0,23
Seguridad Social	Σ SS empresa + SS trabajador	35% gastos de personal	1.688.876,35 €	-
Impuesto de la Renta	Σ (retención IRPF)	22% gastos de personal	1.037.452,62 €	-
IVA	Σ (IVA generado - IVA repercutido)	21% valor añadido	1.409.631,24 €	-
Impuestos	Σ impuestos abonados	% facturación	222.254,58 €	0,01
Resultados	Σ resultados de explotación	% facturación	1.072.053,52 €	0,05
Valor añadido	Σ valor añadido anual	% facturación	6.712.529,70 €	0,32

Otros territorios

Descripción	Indicador	Fuente	Resultado	Índice de repercusión
Compra a proveedores	Σ compra proveedores	Contabilidad	9.981.924,97 €	1,00
Gastos de personal	Σ sueldos brutos	% facturación	559.076,53 €	0,06
Seguridad Social	Σ SS empresa + SS trabajador	35% gastos de personal	195.676,79 €	-
Impuesto de la Renta	Σ (retención IRPF)	31% gastos de personal	170.518,34 €	-
IVA	Σ (IVA generado - IVA repercutido)	21% valor añadido	117.406,07 €	-
Impuestos	Σ impuestos abonados	% facturación	62.898,47 €	0,01
Resultados	Σ resultados de explotación	% facturación	168.953,95 €	0,02
Valor añadido	Σ valor añadido anual	% facturación	559.076,53 €	0,06

Anexo 6: Valor económico social indirecto de proveedores de inversión de la UPF

Zona	Coste salarial medio	Salarios brutos medios	IRPF a aplicar
Cataluña	21.862,13 €	14.647,63 €	22%
Otros territorios	39.999,46 €	26.799,64 €	31%

Cataluña

Descripción	Indicador	Fuente	Resultado	Índice de repercusión
Compra a proveedores	Σ compra proveedores	Contabilidad	4.638.544 €	1,00
Gastos de personal	Σ sueldos brutos	% facturación	3.246.087 €	0,70
Seguridad Social	Σ SS empresa + SS trabajador	35% gastos de personal	1.136.130 €	-
Impuesto de la Renta	Σ (retención IRPF)	22% gastos de personal	697.909 €	-
IVA	Σ (IVA generado - IVA repercutido)	21% valor añadido	729.919 €	-
Impuestos	Σ impuestos abonados	% facturación	35 €	0,00
Resultados	Σ resultados de explotación	% facturación	45.525 €	0,01
Valor añadido	Σ valor añadido anual	% facturación	3.475.805 €	0,75

Otros territorios

Descripción	Indicador	Fuente	Resultado	Índice de repercusión
Compra a proveedores	Σ compra proveedores	Contabilidad	3.119.887 €	1,00
Gastos de personal	Σ sueldos brutos	% facturación	358.185 €	0,11
Seguridad Social	Σ SS empresa + SS trabajador	35% gastos de personal	125.365 €	-
Impuesto de la Renta	Σ (retención IRPF)	31% gastos de personal	109.246 €	-
IVA	Σ (IVA generado - IVA repercutido)	21% valor añadido	98.267 €	-
Impuestos	Σ impuestos abonados	% facturación	15.290 €	0,00
Resultados	Σ resultados de explotación	% facturación	40.819 €	0,01
Valor añadido	Σ valor añadido anual	% facturación	467.940 €	0,15

Anexo 7: Matriz de valor social de mercado de la UPF (2015)

CONCEPTO	CANTIDAD	STAKEHOLDER	EXPLICACIÓN
VALOR AÑADIDO Y DISTRIBUIDO	**28.028.973 €**	CLIENTES/USUARIOS	
Estudiantes	28.028.973 €	ESTUDIANTES	Valor generado para clientes/usuarios + valor inducido a terceros
VALOR AÑADIDO Y DISTRIBUIDO	**85.878.817 €**	SOCIEDAD	
Salarios netos	55.167.631 €	TRABAJADORES	Masa salarial distribuida por la entidad entre los trabajadores, que contribuye al incremento del poder adquisitivo agregado
Dividendos	-	INVERSORES	Retorno económico de la inversión distribuido a los accionistas, que contribuye a la acumulación de capital e incentiva la inversión
Seguridad Social	16.784.912 €	ADMINISTRACIÓN	Aportación realizada a la Seguridad Social, que revierte en el bienestar de los trabajadores y sus familias
Impuesto de la Renta	12.976.430 €	ADMINISTRACIÓN	Contribución con impuestos personales a la financiación de las actividades públicas
Impuestos varios	153.667 €	ADMINISTRACIÓN	Contribución con impuestos societarios a la financiación de actividades públicas
Impuesto sobre beneficios	-	ADMINISTRACIÓN	Contribución con impuestos societarios a la financiación de actividades públicas
Proveedores financieros	796.177 €	PROVEEDORES FINANCIEROS	Contribución al valor añadido de las entidades financieras (efecto tractor)
VALOR AÑADIDO Y RETENIDO	**11.013.515 €**	SOCIEDAD	
Reservas	-		Fondos retenidos por la entidad, que posibilitan la financiación futura, y por tanto, la sostenibilidad
Resultado sin distribuir	2.721.578 €		Fondos retenidos por la entidad con carácter temporal, que mejoran la tesorería
Amortizaciones	8.291.937 €		Diferencial de tesorería retenido por la entidad, que mejora la financiación tanto a corto como a largo plazo

VALOR MOVILIZADO Y DISTRIBUIDO	**18.087.411 €**		
Salarios netos	5.384.438 €	TRABAJADORES	Masa salarial distribuida por la entidad proveedora entre los trabajadores, que contribuye al incremento del poder adquisitivo agregado
Seguridad Social	1.884.553 €	ADMINISTRACIÓN	Aportación realizada por la entidad proveedora a la Seguridad Social, que revierte en el binestar de los trabajadores y sus familias
IRPF	1.207.971 €	ADMINISTRACIÓN	Contribución de la entidad proveedora con impuesto personales a la financiación de las actividades públicas
Impuestos	285.153 €	ADMINISTRACIÓN	Contribución de la entidad proveedora con impuestos societarios a la financiación de actividades públicas
Resultados	1.241.007 €	INVERSORES	Resultado generado por la entidad proveedora, que permite su incorporación en la dinámica económica (beneficios / reservas / tesorería / gastos financieros)
IVA	1.527.037 €	ADMINISTRACIÓN	IVA inducido por la factura realizada con la entidad
PROVEEDORES DE EXPLOTACIÓN	**11.530.159 €**	**PROVEEDORES / SOCIEDAD**	Efecto tractor a través de los proveedores de la cadena de valor
Salarios netos	3.604.272 €	TRABAJADORES	Masa salarial distribuida por la entidad proveedora entre los trabajadores, que contribuye al incremento del poder adquisitivo agregado
Seguridad Social	1.261.495 €	ADMINISTRACIÓN	Aportación realizada por la entidad proveedora a la Seguridad Social, que revierte en el bienestar de los trabajadores y sus familias
IRPF	807.155 €	ADMINISTRACIÓN	Contribución de la entidad proveedora con impuesto personales a la financiación de las actividades públicas
Impuestos	15.324 €	ADMINISTRACIÓN	Contribución de la entidad proveedora con impuestos societarios a la financiación de actividades públicas
Resultados	40.819 €	INVERSORES	Resultado generado por la entidad proveedora, que permite su incorporación en la dinámica económica (beneficios / reservas / tesorería / gastos financieros
IVA	828.187 €	ADMINISTRACIÓN	IVA inducido por la factura realizada con la entidad
PROVEEDORES DE INVERSIÓN	**6.557.252 €**	**PROVEEDORES / SOCIEDAD**	Efecto tractor a través de los proveedores de inversión
IVA	0 €	ADMINISTRACIÓN	Efecto inducido por la generación de IVA
VALOR BURSATIL	-	INVERSORES	Generación de rentas potenciales a los accionistas (capitalización complementaria a la distribución de beneficios)
VALOR MOVILIZADO Y RETENIDO	**20.687.426 €**		
Materias primas + Suministros	20.687.426 €		

Anexo 8: Indicadores utilizados para el cálculo del valor social específico (VASE)

Cód.	Indicador	Valor 2015	Fuente
1.1	Nº créditos matriculados por estudiantes de grados y máster (2015-16)		UPF
1.1	Tasa de rendimiento estudiantes de grados y máster (2014-15)*		UPF
1.1	Equivalencia créditos cursos de verano (Barcelona Summer School)	5 créditos ECTS	https://www.upf.edu/barcelonasummerschool/application.html
1.4	Salario bruto anual de los titulados UPF de grado (2014)	22.082,50 €	UPF (AQU Catalunya)
1.4	Salario bruto anual de los titulados UPF de máster (2014)	24.189,50 €	UPF (AQU Catalunya)
1.4	Salario bruto anual de los titulados UPF doctores (2014)	31.591,50 €	UPF (AQU Catalunya)
1.4	Salario bruto anual con estudios secundarios postobligatorios Cataluña (2014)	17.605,54 €	INE
1.5	Nº usuarios (estudiantes y graduados) que han recibido orientación profesional	161	UPF
1.5	Nº horas promedio de asesoramiento por usuario de orientación profesional	7	UPF
1.5	Reconocimiento de actividades Skills UPF como créditos de actividades universitarias	aprox. 0,25 crédito ECTS	https://www.upf.edu/carreres-professionals/millora_ocupabilitat/creditskills.html
1.5	Nº graduados atendidos en programa de mejora de la empleabilidad Enfeina't	152	UPF
1.5	Nº horas promedio de asesoramiento por usuario atendido de Enfeina't	40	UPF
1.5	Nº graduados inseridos en programa de mejora de la empleabilidad Enfeina't	65	UPF
1.5	Nº horas promedio de asesoramiento por usuario inserido de Enfeina't	10	UPF
2.4	Reconocimiento de actividades culturales como créditos de actividades universitarias	2 créditos ECTS	https://www.upf.edu/cultura/credits/
2.4	Reconocimiento de actividades deportivas como créditos de actividades universitarias	1 crédito ECTS	https://www.upf.edu/esports/credits/
3.1	Nº medio de coautores (atribución)	9,47	IUNE http://www.iune.es/
3.2	Equivalencia créditos Programa FIDU Itinerario A (170 h)	7 créditos ECTS	https://www.upf.edu/cquid/2_formacio/1_formacio_inicial.html
3.2	Equivalencia créditos Programa FIDU Itinerario B (80h)	3 créditos ECTS	https://www.upf.edu/cquid/2_formacio/1_formacio_inicial.html

Cód.	Indicador	Valor 2015	Fuente
4.5	Nº doctorandos industriales UPF (proyectos de cofinanciación en últimos 3 años)	2 (2015), 10 (2014), 1 (2013)	https://portal.upf.edu/web/2015-2016/pla-de-doctorats-industrials, https://www.upf.edu/memoria/20142015/4-docencia/4.3/4.3.6.html, https://www.upf.edu/memoria/20132014/4-docencia/4-3-master/4.4.3..html
4.5	Retribución mínima anual de doctorando	22.000 €	http://doctoratsindustrials.gencat.cat/app/webroot/upload/files/Document_suport_DI2016_CAT%281%29.pdf
8.2	Ganancia por hora normal de trabajo 2014	14,80 €	INE
8.2	IRPF sobre tramo salarial del salario medio en España	30%	
8.2	SS a cargo del trabajador	4,3%	Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas
8.3	Nº estudiantes en prácticas	3.408	UPF
8.3	% estudiantes que se les ofrece un contrato tras periodo de prácticas	24%	https://portal.upf.edu/web/2015-2016/programa-de-promocio-i-empresa#1.1.1
8.3	Salario bruto anual de los titulados UPF (promedio de grado, máster y doctor)	25.954,50 €	UPF (AQU Catalunya)
11	Nº créditos matriculados en grados		UPF
11	Precios públicos de crédito en grados (coeficientes A, B y C)	25,27 €, 35,77 €, 39,53€	UPF
11	Nº créditos matriculados en másters		UPF
11	Precios públicos de crédito en másters	41,17 €, 52,70 €, 54,67€, 79,04 €	UPF

* Todavía no se dispone de los datos 2015-16

Información sobre los autores

Silvia Ayuso es Doctora en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma de Barcelona, Ingeniera de Tecnología Ambiental por la Universidad Técnica de Berlín y Diplomada en Filosofía por la Universidad Técnica de Berlín. Es la directora académica e investigadora principal de la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa de la Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF). Antes de trabajar en ESCI-UPF ha sido investigadora post-doctoral en el Center for Business in Society y la Cátedra 'la Caixa' de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo de IESE Business School y colaboradora académica de la Universitat Oberta de Catalunya. También ha trabajado como consultora ambiental y auditora de sistemas de gestión ambiental (ISO 14001). En el ámbito de la investigación académica, su principal área de interés es la responsabilidad y sostenibilidad empresarial, y ha llevado a cabo numerosos proyectos de investigación relacionados con la gestión internacional de la RSC, la gestión responsable de la cadena de suministro y las prácticas de sostenibilidad en PYMES. Recientemente ha participado como investigadora de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras en el proyecto "Medición y valoración de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las empresas del IBEX 35".

Pablo Sánchez es Doctor en Organización de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña, Licenciado en Economía por la Universidad de Barcelona y Técnico en Empresas y Actividades Turísticas por la Universidad de Girona. Es socio fundador de Roots for Sustainability, una empresa B Corp especializada en la evaluación, diseño e implementación de negocios inclusivos. Previamente, fue fundador del Laboratorio Base de la Pirámide de ESCI-UPF. Tiene más de 14 años en el campo del desarrollo de los negocios inclusivos en la Base de la Pirámide (BDP), métricas de impacto, alianzas intersectoriales y responsabilidad social corporativa (RSC). Ha colaborado con diversas instituciones académicas, como el Instituto de Innovación Social de ESADE, la Cátedra Mango de RSC de ESCI-UPF, IESE Business School y la Real Academia de las Ciencias Económicas y Financieras. Ha publicado diversos casos, artículos y capítulos de libros sobre negocios inclusivos y estrategias de RSC.

José Luis Retolaza es Doctor en Economía y Administración de Empresas y tiene un Máster en Estudios Avanzados en Economía y Finanzas por la Universidad del País Vasco. Actualmente es Senior Research Fellow del Center for Sustainable Business en la Universidad de Deusto y director general de GEAccounting IEA. También es profesor visitante de Contabilidad y Finanzas en la Universidad del País Vasco y director de AURKILAN Business Ethics Research Institute. Además de su actividad académica en el campo de la ética y las finanzas, ha sido CEO de diversas empresas de consultoría especializadas

en el ámbito de desarrollo regional y la creación de cooperativas y pequeñas empresas. Ha sido miembro de los consejos de varias ONG, como Cáritas, REAS o AURKILAN.

Agradecimientos

Queremos mostrar un especial agradecimiento a todos los que han hecho posible este trabajo. En primer lugar, al Consejo Social de la Universidad Pompeu Fabra, la Cátedra Mango de Responsabilidad Social Corporativa y ESCI-UPF por considerar este tema de interés y ofrecer su apoyo económico para la realización del estudio. Igualmente, queremos mostrar nuestro más sincero agradecimiento a Mònica Figueras, Jaume Badia, Núria Basi, Margarida Gual, Marc Boldú, Jordi Campos y Ester Oliveras de la UPF, por impulsar el estudio y su activa participación en él, así como a Lluís Coma y los responsables de las diferentes unidades de la UPF por el suministro de los datos necesarios para realizar con éxito este trabajo. Por supuesto, también queremos agradecer las contribuciones de Francesc Xavier Grau Vidal (URV, GUNI), Santiago Guerrero Boned (UAB), Francesc Solà (Trans Consultoria del Coneixement), Xavier Marcet Gisbert (Lead To Change) y Lluís Jofre Roca (UPC), como expertos del sector universitario consultados. Por último, pero no por ello menos importante, también queremos mostrar nuestro agradecimiento a todas las personas entrevistadas para la identificación de variables de valor, y a los miembros del panel de expertos reunidos para revisar el proceso de monetización de los indicadores de valor social, todos ellos citados en el informe.

ESCI-UPF
Passeig Pujades, 1
08003 Barcelona
Tel.: 93 295 4710
Fax: 93 295 47 20
www.esci.upf.edu